



# "Hjem kan ikke kjøpes"

Kvinnens strategier og forståelser av hjeminnredning

Inger Kristin Nyholt

Hovedoppgave i sosiologi for cand.polit  
 Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi  
 Universitetet i Oslo  
 Vår 2007

# **”Hjem kan ikke kjøpes”**

## **Kvinneres strategier og forståelser av hjeminnredning**

Inger Kristin Nyholt

Hovedoppgave i sosiologi for cand.polit  
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi  
Universitetet i Oslo  
Vår 2007

# Takk

For en oppgave og for et punktum vil jeg først og fremst takke min veileder og tidvise livbøye Randi Wærdahl. Igjen og igjen.

For veiledning, hjelp og inspirasjon vil jeg også takke Marianne Lien og Marit Haldar.

For innspill i forbindelse med intervjuguiden vil jeg takke Lise Kjølørød.

For ressurser i form av kunnskap, materiell og mennesker vil jeg takke SIFO.

For å ha åpnet sine hjem og tanker vil jeg takke kvinnene denne oppgaven bygger på.

For den motivasjonen som følger av en endelig frist vil jeg takke universitetsreformen.

For praktisk tilrettelegging, kjærlighet og støtte vil jeg takke foreldrene mine, Ely og Odd, og gutta mine, Lars, Mikkel og Brage.

For hver setning, hvert ord, som står i denne oppgaven er veldig mange forkastet. Det er med lettelse jeg takker for meg.

Kjøkkenet, Kjeller, april 2007

Inger Kristin Nyholt

# Sammendrag

Dette er en sosiologisk studie av kvinners forståelser av hjeminnredning og strategier de bruker for å skape det hjemmet de ønsker seg. Bakgrunnen er at nordmenns forbruk på hjem er så stort at det er åpenbart at dette handler om noe mer enn nytte, sannsynligvis også mer enn en hobby. Hva betyr innredning for folk i et moderne samfunn med relativt høy grad av velstand? Jeg er spesielt interessert i den sosiale dimensjonen ved hjeminnredning.

3 spørsmål utgjør oppgavens problemstilling. Hvordan kan vi forstå fenomenet hjeminnredning? Hvordan forstår vi samtidens forestillinger om “det gode hjem” ut fra måten hjemmet innredes på og samtaler omkring dette? Hvordan kan måten vi innreder og forvalter våre hjem på kommunisere hvem vi er, både til oss selv og til andre?

Oppgaven bygger på intervjuer og besøk i hjemmene til 11 (ressurssterke) kvinner bosatt i Oslos nærområde. De befinner seg i 30-årene og i en fase av livet der de etablerer seg, eller har etablert seg i mer permanente hjem med familiene sine. Informantene ble valgt ut fordi de statistisk sett tilhører den gruppen som bruker mest penger på oppussing og innredning.

Gjennom å analysere fellestrekk i et likeartet utvalg, fremkommer det en tankestil og en måte å snakke på (Douglas, 1996), som belyser et spenningsforhold mellom individ og samfunn og mellom “meg” og “de andre”. Temaene som analyseres er blant annet boligidealer og etablering, forandringsinteresse og behovet for identifisering, utforming og bruk av stua, representasjonen og det koselige, det personlige og det kjøpte, aversjoner, annerledeshet og spesielt verdsatte ting. Som en rød tråd viser jeg hvordan informantene navigerer mellom, og forvalter kulturelle paradoks i brytningen mellom det kollektive og det individuelle, det tradisjonelle og det moderne, det offentlige og det private.

# Innhold

<b><i>Innledning</i></b> .....	<b>7</b>
Med interesse for interiør .....	7
Hvordan forstå (mitt) hjem.....	9
Problemstillinger .....	10
<b><i>Teori</i></b> .....	<b>12</b>
Fra kollektivt arbeidshjem til individuelt privathjem .....	12
Fra en norm om fasit til en norm om frihet .....	15
Fra maske til individ .....	17
Hjem og identitet.....	18
Hjem og kvinne .....	21
Hjem og innredning som et symbolsk univers .....	23
Teoretiske innfallsvinkler .....	26
<b><i>Metode</i></b> .....	<b>28</b>
Valg av fremgangsmåte .....	28
Forberedelser .....	29
Undersøkelsens hvem, hva og hvor .....	29
Rekruttering av informantene .....	31
Beskrivelse av utvalget.....	32
Om intervjuguiden .....	34
Om intervjuet .....	35
Å forske på sine egne .....	37
Analyse og systematisering av data .....	40
<b><i>Å skape et hjem</i></b> .....	<b>42</b>
Fra "her og der" til et permanent og ordentlig hjem .....	43
Et ordentlig hjem innredes på ordentlig .....	44
Et hus til å bli voksen av .....	47
Appropriasjoner og fascinasjoner i forandringens tid .....	49
Forandring fryder? .....	52
Når bare fantasien setter grenser .....	54

<b><i>Å skape en stue</i></b> .....	<b>57</b>
Stuer til pent og stuer til hverdags .....	57
Den paradoksale representasjonen .....	63
"Det skal være koselig å komme hit" .....	66
Something old, something new... Kosens representasjoner .....	69
Den ukoselige tv'n .....	72
Den tvetydige kosen .....	74
<b><i>Å skape en stue til forskjell fra andres</i></b> .....	<b>79</b>
"Ikke sånn helt standard" .....	79
"Ikke sånn snobbete" .....	80
"Ikke sånn at det ser kjøpt ut" .....	81
Innredning i et kulturelt rom .....	83
<b><i>Å skape en personlig stue</i></b> .....	<b>87</b>
"Selvgjort er velgjort" .....	87
...money can't buy you love .....	91
<b><i>Å skape min(n)e ting</i></b> .....	<b>94</b>
Det materielle og det menneskelige .....	94
Forestillinger om hva som er verdt å ha .....	96
Å høre til og bli sett av sine .....	100
Å skrive seg selv inn i historien .....	103
Å realisere seg selv gjennom det materielle .....	106
<b><i>Avslutning: "Hjem kan ikke kjøpes"</i></b> .....	<b>109</b>
<b><i>Litteratur</i></b> .....	<b>112</b>
<b><i>Appendiks</i></b> .....	<b>119</b>
Appendiks 1. Oversiktstabell, informanter .....	119
Appendiks 2. Informanter og spesielt verdsatte ting .....	120
Appendiks 3. Intervjuguide .....	122
Appendiks 4. Følgeskriv i rekrutteringen .....	125

# Innledning

## Med interesse for interiør

Det har vært mange overskrifter knyttet til nordmenns interesse for interiør i landets aviser. "Verdensmestre på oppussing", "En nasjon av redebyggere", "Interiør-boom i det norske hus", "Kos for milliarder". Med jevne mellomrom, gjennom i hvert fall det siste tiåret har avisene brakt oss tallenes tale i salgs- og leservennlige overskrifter. Over hele forsiden av Dagbladet den 9. mars 1998 står det for eksempel med fete krigstyper "Nordmenn elsker å vise fram velstanden. Pusser opp for 27 milliarder i år".

Statistikkene viser store og økende forbrukstall. I 2003 brukes ca. 30 milliarder på fornyelse av hjemmet og i 2006 ca. 40 milliarder. Det er særlig Prognosesenteret A.S som overvåker dette markedet og som står for de fleste tallene som refereres i media. Ved overgangen til år 2000 gjorde 58% av boligeiere noe med hjemmet sitt hvert år til en pris på ca. 25 tusen kroner (Romeriksen, 18.5.2000). I 2006 er 70% av oss i gang med et hjemmeprosjekt til enhver tid<sup>1</sup>.

Også en raskt økende mengde interiørblader og interiørstoff gjenspeiler interessen. Under headingen "Flere vil bo bedre på papiret" skriver Aftenposten (6.11.04) at mens det rundt år 2000 var omtrent 80 interiørblader på markedet, er det i 2004 nærmere 130 med en salgsøkning på 12-14 prosent i året. Mange aviser har de siste årene fått et stadig større fokus på stoff om forbruk og utforming av hjem (bl.a. Aftenposten, Dagbladet og Romerikes Blad) og ikke minst er temaet blitt god tv-underholdning (bl.a. "Ekstrem oppussing" på TV3 og "Forandring Fryder" på NRK).

Hjem og interiør er åpenbart av stor markedsøkonomisk betydning i Norge. I følge Prognosesenteret ligger nordmenns forbruk på hjem på europatoppen og ruver 60 prosent over det europeiske gjennomsnittet (Aftenposten.no, 18.5.06). Hvorfor er det slik? Hva er denne interessen uttrykk for?

Jeg ble nysgjerrig på dette fenomenet i forkant av mitt første malingsstrøk. Hvordan skulle jeg gjøre det? Hvordan ville jeg ha det? Jeg måtte orientere meg, og det var da jeg oppdaget et engasjement som gjorde enormt inntrykk på meg. Folk rundt meg syntes å være i besittelse av en kunnskap, bevissthet og interesse, nær sagt en lidenskap, som frem til da

---

<sup>1</sup> Dette svarer Gunn-Helen Øye i Prognosesenteret på mail 28.8.06

hadde gått meg hus forbi. Det syntes som at folk stadig vekk moret seg med å pusse opp og innrede hjemmet sitt, og det selv om de hadde “viktigere” ting å gjøre i livet. Det hele både overrasket og imponerte meg. Min erfaringsbakgrunn var fattig på området, og kanskje var det derfor jeg ble så nysgjerrig. Hva handler dette om?

Det er med fortsatt nysgjerrighet jeg har skrevet denne oppgaven. Selv nå, et halvt liv og mange, mange malingsstrøk senere. Hva legger en i det å innrede hjemmet sitt?

Jeg tar utgangspunkt i en antakelse om at folk bruker ressurser på hjemmet sitt fordi det har betydning for dem utover praktisk nytteverdi. I et samfunn med relativt høy grad av velstand synes det fruktbart å sette fokus på forbrukets meningsdimensjoner. Oppgaven er også skrevet i den tro at dette feltet kan fortelle oss noe mer generelt om det å være (kvinne)menneske i en bestemt fase, i en norsk kultur omtrent på denne tida.

Opgaven er basert på et intervjumateriale som har syntes egnet for flere spennende tematiseringer. Noen av de mange titlene den har hatt underveis kan være med på å illustrere det jeg har ønsket å løfte frem. Første arbeidstittel var “Sånn som jeg vil ha det...” Uttrykket var en gjenganger under samtlige intervju. I sammenhengen ble dette for meg et uttrykk for individualistiske ideer og betydningen av egne preferanser. Hva som er mote og fint, betyr mindre enn at det er personlig. Det relateres til “meg” og egne følelser, ikke til universelle oppfatninger. For å tydeliggjøre denne personliggjøringen fikk oppgaven tittelen “Appropriasjoner”, før den gikk over til det mer svevende “Drømmehjemmet” som henspiller på det å omsette drøm og ideer til virkelighet. De neste titlene var også typiske ikke-presise uttrykk blant informantene som fikk frem avversjonenes betydning for skapelsen av det egne: “Ikke sånn som jeg vil ha det”, “Ikke akkurat som alle andre” og “Ikke akkurat som møbelkatalogen”. Med tittelen “Det moralske hjemmeforbruket” ville jeg sette større fokus på moralens betydning i et tilsynelatende fritt og uhemmet forbrukssamfunn.

Et typisk uttrykk i utvalget er også det som ble endelig tittel, “Hjem kan ikke kjøpes”. Jeg opplever at den mer presist favner mitt endelige fokus som nettopp kretser rundt ideene om hjemmet, det personlige, aversjoner, strategier, forbruk og moral, med ”varesamfunnet” som en overbygning. Betydninger tillagt forbruk av materielle ting i spennet mellom det varige og det foranderlige, det individuelle og det kulturelle og det som er riktig og det som er feil, er blant det jeg fokuserer på.



Materialet er fra det forrige årtusen<sup>2</sup>. Jeg vil påstå at det kunne ha vært nytt. I likhet med en stor masse fra den gang, følger jeg sånn noenlunde med i tida og holder meg sånn noenlunde orientert. Jeg har etter hvert en stor samling interiørblader. Motebildet er i stadig endring og innredningene som inngår i materialet er nok ikke lenger så i tida som de var for omtrent 10 år siden. Som Douglas (1996) skriver, vil undersøkelser av forbruksvarer alltid være knyttet til tid og sted. Imidlertid er prinsippene, de større ideene de bygger på, mer varige og generelle (Douglas, 1996). Jeg tror med andre ord at informantenes hjem kan se noe annerledes ut i dag, men at mekanismene eller orienteringene er de samme. Dette kan faktisk være lettere å se når ikke smaken står i veien, verken for forsker eller leser. I denne tro har jeg også valgt å utelate det bildematerialet som skulle følge oppgaven. Rett og slett fordi jeg er redd for at noen kunne komme i skade for å forveksle en periodes smak med en dårligere smak.

## **Hvordan forstå (mitt) hjem**

For å forstå betydningen av hjeminnredning, må vi ta i betraktning hva et hjem betyr. Spørsmålet lar seg imidlertid ikke besvare med en entydig definisjon. Ordet hjem kommer av det norrøne Heima som beskriver et fysisk sted, en bolig, men også en sinnstilstand og en tilværelse (Crawford, 1998). "Fra å tro at hjem ikke betyr annet enn "tak over hodet", kan man etter hvert begynne å lure på om fenomenet bare finnes inne i hodet", summerer Rolness sitt defineringsforsøk (1995:23). For på samme tid som begrepet assosieres med den fysiske og praktiske boligen, assosieres det også med viktige eksistensielle verdier. Hjemmet utgjør intet mindre enn et nøkkelsymbol<sup>3</sup> i vår kultur (Gullestad, 1989).

Som et mangetydig konsept kan det betraktes på flere måter. Hva betyr det for eksempel å være hjemme til forskjell fra å være ute? Et slikt spørsmål kan vektlegge hjemmet som et sted for trygghet, kontroll og frihet (Allan and Crow, 1989). Det er mitt trygge "Hjem kjære Hjem", der "Vi gjør som vi vil" uten å måtte ta hensyn til andre. Allerede i det tusen år gamle Håvamål het det seg at "Heime er kvar mann herre". Dette er sannsynligvis sentrale verdier i

---

<sup>2</sup> Undersøkelsen ble utført i 1996/1997.

<sup>3</sup> Et nøkkelsymbol inneholder fortattede budskap om grunnleggende tankesett og vurderinger (Ehn og Løfgren, 1982:24).

Norge. Et eget hjem regnes som et av de viktigste tegn på selvstendighet, og selveierskap og eneboliger er utbredt både som ideal og praksis (bl.a. (Gullestad, 1989 og Rolness, 1995)<sup>4</sup>.

Noe overordnet, men også overlappende er det å betrakte hjemmet som et privat sted som tilhører beboerne, til forskjell fra det som er offentlig og felles for flere. Tenk bare på uttrykk som "privatlivets fred" og "det-er-godt-å-komme-hjem-der-du-kan-slappe-av-og-være-deg-selv". I opposisjon til verden utenfor, assosieres hjemmet med noe avslappet og ekte. Dette mentale skillet preger forståelsen, og det preger utforming og bruk (Gullestad, 1989:52)<sup>5</sup>. Jeg tror dette er elementer det er viktig å ha i mente. Imidlertid har det for meg vært viktig å se hjemmet i et dynamisk perspektiv, som noe vi gjør, ikke bare noe vi har (Nørve, 1991). Dette innebærer å se hjemmet som et sted for kreativitet og ekspressivitet (Allan and Crow, 1989). En gjør hjem ved å iscenesette de idealer en knytter til det trygge og private, det intime og personlige. Innredningen sees som en gjenskapelse av visjoner om det gode hjem.

Et hjem er et individuelt symbolunivers (Reme, 1994), men ikke bare det. Hjemmet er også resultat av de kulturelle mønstrene den enkelte har internalisert og omdannet i sitt private univers. Mens den såkalte individualismen i vår tid tilsier frie valg, peker flere på at norske hjem har påfallende store likhetstrekk (Gullestad, 1984 og 1989, Rolness, 1995). Felles kulturell bagasje gir sannsynligvis likeartede visjoner og forståelser. Jeg nærmer meg hjemmet i den tro at det uttrykker ideer i forhold til det å bo og leve i samtida og at det derfor kan betraktes som en manifestasjon av tidens mentalitet.

## Problemstillinger

Jeg tok altså sats i en antakelse om at så mye tid, penger og engasjement brukes på hjeminnredning fordi det representerer noe meningsfylt for svært mange. Intensjonen var å utforske dette feltet forholdsvis åpent og ikke la bestemte begreper eller kategorier angi retningen fra starten av. Et generelt og stort spørsmål ble derfor formulert som problemstilling: **Hvordan kan vi forstå fenomenet hjeminnredning?**

---

<sup>4</sup> Med 80% selveide boliger troner Norge på selveierstatistikken i Europa. Til sammenligning har Sverige 50% og Tyskland bare 20% (Aftenposten, 14.10.00).

<sup>5</sup> Skillet mellom privat og offentlig sfære har også vært dominerende i sosiologisk analyse av moderne kultur. Se f.eks. Berger, m. fl., 1974, Daniel Bell, 1978 og ikke minst Sennett, 1986.

Med dette spørsmålet som veiviser utarbeidet jeg en intervjuguide som favnet vidt tematisk og startet datainnsamlingen. Etter et par intervju syntes det for meg som at innredning var knyttet til noen felles normative tanker og forestillinger om hvordan hjemmet ”bør” være. Jeg formulerte en ny og snevrere problemstilling som ga retning til dette:

**Hvordan forstår vi samtidens forestillinger om ”det gode hjem” ut fra måten hjemmet innredes på og samtaler omkring dette?**

Andre funn i intervjuprosessen tilsa at innredning også er av betydning for hvordan informanten betrakter seg selv og andre. Denne tilskrivelsen av mening både på et individuelt og relasjonelt plan fanger jeg opp i en siste og mer spesifikk problemstilling:

**Hvordan kan måten vi innreder og forvalter våre hjem på kommunisere hvem vi er, både til oss selv og til andre?**

Undersøkelsen ble avgrenset til hjemmets stue og et kvinnelig utvalg. Stua ble valgt fordi dette rommet er mest tilgjengelig for gjester. At undersøkelsen ble foretatt på et rent kvinnelig utvalg var i utgangspunktet en tilfeldighet. Som jeg senere vil komme inn på, kan dette skyldes en kulturell systematikk fordi det er kvinnen som historisk sett har vært hjemmets forvalter. En forholdsvis homogen gruppe kvinner gjør det imidlertid interessant å kunne si noe om en distinkt tankestil med en kommunikativ genre som en sosial enhet bruker for å snakke til seg selv, om seg selv og derigjennom konstituere seg selv. Dette etter inspirasjon fra Mary Douglas (1996: xii).

Både valg av stua og at informantene er kvinner vil bli ytterligere problematisert og diskutert i teorikapittelet.

# Teori

## Fra kollektivt arbeidshjem til individuelt privathjem

Oppkomsten av det private hjemmet vi kjenner i dag dateres med utviklingen av et kapitalistisk samfunnssystem og en borgerlig kultur (Habermas, 1991, Frykman og Löfgren, 1994), og disse prosessene virket sammen og forsterket hverandre. Teknisk utvikling og industrialisering spilte en viktig rolle. Like viktig var også de nye ideene som et fremvoksende borgerskap i England og Frankrike fører frem i opposisjon mot standssamfunnet og en aristokratisk livsstil.

En av disse er ideen om hjemmet som en privat sfære for familiær nærhet og intimitet tilbaketrukket fra offentlighetens arenaer som arbeidsliv og politikk. I tiden rundt 1700-tallet representerte dette en radikal endring i synet på familie og hjem. Frem til nå eksisterte ikke kjernefamilien som en emosjonell enhet, og storfamilien var mer et produksjons- og overlevelsesfellesskap. Hjemmene hadde vært sparsomt møblert og hatt en offentlig og praktisk karakter som følge av sammensmeltning mellom arbeidsliv og familieliv. En sov, spiste og arbeidet på samme sted, gjerne i samme rom (Rolness, 1995). Den patriarkalske kjernefamilien oppsto som en egen enhet som en følge av at arbeidsstedet ble flyttet ut av boligen og dermed overlot den avgrensede familien til seg selv. Borgerskapet utviklet snart en sterk familieideologi. Hjemmet ble både en byggesten for, og et symbol på denne "familismen":

Hjemmet blir en arena der det skal gjelde andre økonomiske og moralske lover enn i produksjonslivet. Hjemmet står for det emosjonelle, for kjærlighet, omsorg og beskyttelse, for varme, harmoni og trivsel (Frykman og Löfgren, 1994:110).

En annen ide som forsterket hjemmets betydning, er knyttet til kultivering. Borgeren skulle legitimere seg selv ved personlige kvaliteter som dyktighet og høy moral fremfor herkomst (Frykman og Löfgren, 1994). Mens adelsmannen var det han representerte, skulle borgeren være det han produserte (fra Goethe i Habermas, 1991:12). Dette var i en tid med store omveltninger og ikke minst uklare klassegrenser. For et klatrende borgerskap var det viktig å kunne vise til velstand og sosial posisjon. Å vise frem et standsmessig hjem var av stor betydning for i hvilken grad borgerne kunne anse seg som vellykkede i sine familieprosjekt.

Fordi dette var så viktig, ble hjemmet kanskje det mest spesialiserte området for familiens forbruk (Hareven, 1991).

De nye borgerlige ideene for det "riktige i livet" førte til at hjemmet ble både et privat tilfluktsted og en offentlig scene (Frykman og Löfgren, 1994), noe husets arkitektur og innredning bærer preg av. De store fellesrommene forsvinner, mens individenes rom blir flere. Familiens private aktiviteter som søvn og matlagning, blir skilt fra de offentlige, som det å motta gjester. Habermas skildrer endringen i de høyere klasser slik<sup>6</sup>:

Dagligshallens storfamiliale "offentlighet" hvor husets frue ved husherrens side representerer foran tjenestefolk og naboskap viker for den småfamiliale dagligstuen, hvor ektemakene (...) avsondrer seg fra personalet. De plasser og haller som er viet hele huset, er trengt sammen mest mulig. Derimot blir et helt nytt værelse tildelt den største plass i det fornemme borgerlige hus: salongen (...) Privatfolk trer ut av intimiteten i sin stue og inn i salongens offentlighet (...). (Habermas, 1991:42-43).

Salongen eller stua fikk en fremskutt posisjon i det borgerlige hjem. Den ble husets hjerte (Bergan og Dysthe, 1994). Habermas (1991) mener at dette representative "festværelset" var en arv fra adelen, men at det i tråd med en mer uformell livsstil nå også kunne brukes til daglig. Mens soverom og kjøkken ble trukket lenger inn i huset, gjerne enkelt og nøkternt møblert, tronet stua som husets offentlige representasjonsrom klart avgrenset fra de private sonene. Her ble det ikke spart på virkemidlene:

(...) det er slående hvor svulmende mykt og lunt det blir i borgerskapets salonger, hvor behagelig en gjør seg det med puter, fotskamler og puffer, hvor fredfullt det blir i de halvmørke rommene. Sanseligheten stråler ut fra de varme fargene, de runde linjene og de myke materialene (Frykman/Löfgren, 1994:110).

Med hvilemøbler som chaiselongue og behagelige stoler ble stua utformet som en "varm velkomst" til besøkende, og som et hvile- og tilbaketrekningssted for familien. Det private og intime, det familiære, ble på denne måten gjort til en offentlig representasjon.

Denne hjemmemodellen skulle også bli vanlig i Norge, men det tok tid. Langt inn på 1900-tallet var de fleste norske hjem mer preget av middelalderens bo- og arbeidsfellesskap, enn av borgerens lune arne (Rolness, 1995:29). Det var bare de mest velstående som hadde råd til et eget oppholdsrom uten sentrale nyttefunksjoner, og begrepet stue eksisterte knapt i arbeiderklassen. I løpet av få tiår skjer det imidlertid en allmenngjøring av borgerskapets ideer

---

<sup>6</sup> Habermas' prosjekt i boken "Borgerlig Offentlighet" (1991) er å vise hvordan grunnlaget for en offentlig diskurs ble ødelagt med kapitalens inntog i den offentlige sfære. Det er i den forbindelse han beskjeftiger seg med offentlige arenaer i det nye borgerhjemmet.

slik at også arbeiderhjemmet innredes etter tanker om det uformelle privatlivet og den prestisjefylte representasjonen. Kanskje mest det siste. Selv om det innebar at familien trengte seg sammen på kjøkkenet til daglig og sov på madrasser som ble rullet ut om natten, hadde folk gjerne et "finrom" fra 1920-30 tallet (Bergan og Dysthe, 1994 og Åkerman, m.fl., 1983). En spisestue vitnet om velstand og sosial kultivering, og å ha et rom på stas, for gjester og andre, var blitt et bilde på familiens status og hjemmets standard også for en trangbodd arbeiderklasse (Bergan og Dysthe, 1994).

I forbindelse med byggeaktiviteten etter den 2. verdenskrig ble det differensierte hjemmet for alvor "allmannseie" i Norge. Familiestandarden var en treroms leilighet, ofte ikke på mer enn 60 m<sup>2</sup>, men dette var et stort himmelrike for de fleste. Når vi hopper 30 år og lenger frem til vår tid, blir disse boligene ansett å være for små til en familie. Mens det i etterkrigstida var vanlig med flere personer enn antall rom i boligen, er det i dag omvendt. De fleste har faktisk to til tre rom til overs, og halvparten av boligene er eneboliger (Din økonomi, 2/99). I 1997 er gjennomsnittsboligen 122 m<sup>2</sup>, og at 53 % av barnefamiliene har mer enn ett bad, sier noe om den økte standarden blant vanlige folk (Frønes og Brusdal, 2000). Til tross for et økende antall enslige, danner kjernefamilien fortsatt premisset for boligbygging (Aftenposten, 8.7.98).

Arkitekter og planleggere har gjennom store deler av 1900-tallet arbeidet for brukervennlighet fremfor borgerlig representasjon med pomp og prakt. De hevder nå at rigid funksjonsdifferensiering og sonedeling er et tankesystem som ikke lenger finnes (Aftenposten, 8.7.98). Kjøkkenet har fått en stadig større rolle som åpent, uformelt samlingssted, mens en egen mer høytidelig spisestue er på vei bort.

Hvilken rolle har stua rundt årtusenskiftet? Jeg har valgt å legge denne oppgaven om innredning til stua for blant annet å kunne si noe om representasjonens betydning i dag i forhold til tidligere. Om kjøkkenet eller et allrom i større grad er åpnet for publikum, er det ved årtusenskiftet tegn som tilsier at stua fremdeles er hjemmets kulturelle hovedscene (Gullestad, 1989). I ukebladene omtales den som "Hjemmets ansikt utad", "Hjemmets representasjonsrom" og "Hjemmets visittkort" (eksemplene hentet fra et interiørbilag til Norsk Ukeblad, 42/97). I en brosjyre for Lady interiørmaling i 1996 anses den også som det fineste rommet, selv om begrunnelsen er kos fremfor høytidelig representasjon:

Alle andre rom i huset har sin egen spesielle funksjon. I stuen er vi bare sammen. Koser oss. Lever. Derfor er selvfølgelig stuen det rommet vi har de beste møblene i, det fineste gulvet og de mest gjennomtenkte gardinløsningene (Brosjyre fra Jotun, 1996).

Det later til at stua fremdeles utgjør en viktig forbruksarena for innredere, enten det er på grunn av representasjon utad eller et sted for familiefellesskap og kos.

## **Fra en norm om fasit til en norm om frihet**

Hvordan stua innredes er et spørsmål om smak. Selv om en liker å tro at smaken er individuell, reflekterer den i stor grad kulturelle tradisjoner, normer og trender. Dette blir tydelig når en kaster noen blikk på hjeminnredningens historie.

Selve uttrykket "hjemmeinnredning" kom med industrialiseringen og var mot slutten av 1800-tallet blitt en hel industri og et stort tema (Bergan og Dysthe, 1994). Estetisering av hjemmet ble utlagt i opplysningsbøker, ukeblader og annet som et moralsk prosjekt. Smak handlet om sans for det skjønne og et pent hjem var synonymt med personlig kultivering. Å beherske innredning var derfor en metode som kunne gi adgang til innflytelsesrike sosiale sirkler (Reme, 1994).

Rundt århundreskiftet var det bare de mest velstående som hadde en stue å innrede, og dens viktigste funksjon ble å bekrefte familiens status og sosiale roller (Bergan og Dysthe, 1994). De mørke stueene ble overlesset med møbler, draperier, pynt og gjenstander for å signalisere ideer om makelighet og overdådighet, som var fasiten i tida (Bergan og Dysthe, 1994).

Når vi hopper frem til 1930-tallet har folk flest fått en finstue, men bor ofte så trangt at det tar det meste av plassen i hjemmet. Dette opprører fagfolk. Mens innredningsekspertene på slutten av 1800-tallet var "erfarne husmødre" med sterk moral og sans for det skjønne, er det nå vitenskapens og teknologiens menn som vil lære folk å bo funksjonelt og fornuftig, fremfor upraktisk og følelsesmessig (Reme, 1994). Den borgerlige hjemmehyggen blir fremstilt som sløv vanetenkning, og pynt og dekor som falskt og forestilt. Skillet mellom det hverdagslige og det forestilte ønskes vekk. Fokuset rettes mot "det enkle og naturlige" og det "ekte og ærlige", og disse ideene var forenelige med rimelige, masseproduserte varer. Den ideelle innreder på 1930-tallet skulle være en "tidens tjener, en hverdagens erobrere og tvers igjennom moderne" (Reme, 1994:128). Stueene som avbildes er lyse, uten mange detaljer og

pynt. Møblene er i en stram stil, med sofagruppene symmetrisk plassert langs hovedveggene for å utnytte plassen.

I etterkrigstida var bolignøden i Norge akutt og det ble et politisk mål ikke bare å skaffe boliger, men også å høyne boligstandarden for vanlige folk. En enorm byggeaktivitet ble satt i gang etter funksjonalistiske prinsipper, ikke minst fordi dette var i overensstemmelse med verdier som rasjonalitet og nøysomhet. I de nye boligene ble stuene utvidet på bekostning av kjøkkenet. Planleggerne tenkte seg at dette største rommet skulle være stedet for alle måltider, arbeid, lek og rekreasjon. I praksis fortsatte folk flest å se på stua som et stasrom og pyntet den deretter. Med vitenskapen på sin side fortsatte derfor ekspertene å mane folk til å innrette seg "riktig", "hygienisk" og "praktisk" i hjemmet. Stua skulle innredes luftig og nøkternt med møbler som ikke ga seg ut for å være noe annet enn funksjonelle bruksgjenstander. Det skulle banes vei for lys, luft og vaskefille (Rolness, 1995).

Denne fagfolks "kamp mot pynten" som vedvarte frem mot vår tid, er kritisert av mange, ikke minst av Rolness (1995) i hans dokumentasjon av hjemdiskursen i etterkrigstida. Han mener at å kritisere folk for hvordan de innrettet seg i det private var en smaksdom og et overtramp. Det at Rolness i det hele tatt fremmet denne kritikken, sier noe om den forandrede mentaliteten i forhold til smak og innredning i dag, sammenlignet med tidligere tider. Folk må få gjøre som de vil! I borgerhjemmet ble et møblement skaffet for livet, og hvordan en møblerte var i stor grad bestemt av konvensjoner. Å følge reglene var langt viktigere enn personlig smak (Bergan og Dysthe, 1994). I vår tid er fasitene for innredning og individ forsvunnet (Reme, 1994). Funksjonalismens moralske slagord som "det naturlige", "det nødvendige" og "det ærlige" ble borte med liberalismen og individualismen på 80-tallet (Stang, 1999). Normen er frihet.

Det heter seg at "vis meg hvordan du bor og jeg skal si deg hvem du er" (Hvidberg, 1984). De som skal innrede sitt hjem står foran en blomstrende innredningsindustri i visshet om dette. Tilsynelatende kan en velge å være så mangt. Blar vi i de siste årenes mange interiørmagasiner ser det ut til å eksistere en stilpluralisme der tilsynelatende alt fra 1880-tallets pompøse "klunkerstil" til 60 og 70-tallets fargesprakende plastikkglede og nøkterne former er like så aktuelt. En kan velge en nostalgisk og landlig stil som "bondestil" og "shabby chic", eller den mer industripregede og urbane "loftsstilen". Stilen kan være "skandinavisk", "engelsk" eller også "orientalsk".



Underlagt denne valgfriheten ligger en forventning om at en skal ha et bevisst forhold til det en omgir seg med. I forhold til tidligere tiders fasitpregede innredningsmønstre, virker det som om stilidealet i dag kan karakteriseres av en eliminering av regler og en legitimering av valg (Reme, 1994). En kan velge hva en vil, bare innredningen blir et uttrykk for "personlig smak". Et enormt og stadig økende omfang av bøker, blader, artikler og tv-program om innredning er ment å være kun "til inspirasjon" for dette. Som lederen i et interiørblad skriver, "Det er derfor vi er her – for å gi inspirasjon" (Elle interiør nr. 6/2001-2002). Ved å bla i noen tilfeldige interiørbøker og magasiner, finner jeg mange betegnende eksempler på ideen om valgfrihet i forhold til personlig innredning:

Spekket med inspirerende fotografier gir "Ditt Hjem - En praktisk stilguide" en fyldig innføring trinn for trinn, i hvordan man velger de enkelte ingrediensene i de ti mest populære interiørstilene. Boken handler om hvordan du får mest ut av ditt hjem og innreder det så det passer nettopp deg. Slutt å bekymre deg om reglene, ta sjanser, prøv deg frem! (K. Harper, 2002)

Heldigvis – det er ikke lenger slik at moteretninger blir tredd nedover forbrukernes arme hoder. Flere moteretninger lever fredsomme side ved side – fler og fler frigjør seg fra moten. I større grad enn før gjør Kari og Olav som det passer personlighet og levemåte. (...) Kanskje gir dette inspirasjon til en liten fornyelse? (Inspirasjon, farge og interiør 1999/2000).

At "du finner ting med personlighet, ting du liker" er i følge stylisten Alessandro D'Orazio ikke bare lov, men rett og slett "det viktigste premisset for innredning" (Dagbladet Søndag, 13.2.05). Ethvert medium for interiørstoff formidler budskapet om "personlig innredning". Det er riktignok ikke alltid så lett å få øye på hva som utgjør det "personlige", for interiørene som avbildes kan være veldig like, men i skrift og i tale gjøres idealet klart. Innredning skal være et individuelt anliggende, bestemt av et personlig syn på stygt og pent. "Personlig" har blitt selve slagordet og en hedersbetegnelse. Fremfor å følge regler, er identitetskravet å vise seg unik. Det kan virke som om det personlige eller unike rett og slett er en ny regel.

## **Fra maske til individ**

Hjeminnredningens utvikling fra hva vi kan kalle normativ diktat til springbrett for individuell stil, gjenspeiler et ideologisk skifte som kan knyttes til en stadig større grad av individualisering og personliggjøring i det moderne samfunn. Vi kan karakterisere endringen med Sennett (1978), og si at vi har gått fra troen på karakter til troen på personlighet, fra en representerende til en presenterende kultur eller fra offentlig maske til personlig individ.

Mens borgerne forestilte seg, og innredet etter bestemte mønstre for å signalisere familiens status, er en i dag det en omgir seg med. Representasjon fremstår som et spill som dagens ideer til innredning ikke anerkjenner. Det skal være personlig, det skal være 'meg', verken mer eller mindre.

Knytter vi oss til et tidlig verk av Mary Douglas (1975), er ideene anti-ritualistiske. Individene i det moderne samfunn forherliger den indre opplevelsen og tar avstand fra den konformitet og formalitet som er knyttet først og fremst til ritualer, men også til alle former for standardiseringer (Douglas, 1975). Den overbyggende ideen er at ingenting er bestemt, men at alt lar seg forme. Med forvitring av faste forankringspunkter som tradisjoner, herkomst og sosial klasse er individene blitt, som Ziehe (1989) kaller det, kulturelt frisatte. Nye mulighetshorisonter gir individene spillerom for tolkning av en mangfoldig virkelighet og til å finne sin plass i denne. Her ligger befrielse, men også tvang. En har fått mulighet til å velge, men samtidig er det nødvendig å rettferdiggjøre de valgene en gjør. En kan fortsatt velge tradisjonelt og innrede hjemmet etter en gammel standard, men poenget er at det nå er et valg en må stå til ansvar for hvis det skal gi sosial bekreftelse. I tråd med denne individualistiske tankegangen, mener Giddens (1996) at vi ikke har annet valg enn å velge, fordi vi ikke lenger er hva vi er, men hva vi gjør med oss selv.

I valgmulighetenes verden har hjeminnredning blitt et område for å skape og omskape identitet gjennom forbruk. Med mulighetene følger imidlertid også nye problemer som er knyttet til hvorvidt valgene er riktige. Er det sånn jeg vil ha det? Er det slik jeg vil være? Det moderne mennesket må søke seg selv i et mangetydig og motsetningsfullt tidsbilde (Reme, 1994). Valg av forbruksgjenstander til hjemmet gjøres i visshet om at en kunne valgt annerledes, og underliggende, en kunne vært en annen.

## **Hjem og identitet**

Forbruk til hjem varierer mellom aldersgruppene og er størst i aldersgruppa 25-39. Jeg vil i det følgende dvele litt ved noen kulturelle og identitetsmessige forhold som kan tenkes å påvirke at det er slik. I denne sammenhengen vil jeg referere til undersøkelser som ikke bare er relevant for å forstå forbrukets kvantitet, men også kvalitet i det det berører meninger tillagt forbruket. Dette er et viktig tema i den senere analysen.

Det å befinne seg i noen-og-tredve års alderen innebærer gjerne å være i starten av yrkeskarrieren, boligkarrieren og familielivet, kort sagt, i etableringsfasen. I statistiske

sammenhenger er etableringsfase knyttet til høye banklån og anstrengt økonomi. I en kulturell forståelse er etableringsfasen også forbundet med det å bli voksen. En går fra å være "ung og fri" til "voksen og etablert". Uttrykkene bør være velkjente. Til enhver alder svarer sosial mening og dette påvirker den enkeltes organisering av livet sitt (Finch, 1987). Mens ungdomstiden er forbundet med frihet slik at det for eksempel er greit å "prøve ut" og gjøre ulike erfaringer, er voksentiden forbundet med å ta ansvar, og det er "på tide" å slå seg til ro. Dette får enslige smertelig erfare gjennom alle spørsmålene de får i etableringsalderen. Ideen om å etablere seg med familie og hjem står sterkt i den kulturelle bevisstheten, og å være uten i 40-årene, representerer fremdeles brudd med ideene om det gode og riktige livet. Til tross for at svært mange bor alene, mener for eksempel over 90% av det norske folk at familien er den sentrale enheten i samfunnet (Frønes og Brusdal, 2000). Etableringsfasen kan i lys av dette sees som en overgangsfase der en nettopp går fra status som "ung og fri" til status som "voksen og etablert".

Kulturelle forventninger og normative vurderinger er også knyttet til hva som inngår i det veletablerte. Et (ironisk og mulig foreldet) uttrykk som "Villa, Volvo og Vov-vov" er eksempel på dette. Som Kjølørød (1981) har skrevet, blir passende boligstandard og identifisering med boligen sett i forhold til livsfasen. En leid 2-roms er for eksempel en passende bolig for et ungt par, men ikke for barnefamilien i 30-åra. Da bør en ha noe eget, og noe større. Det å få barn utløser spesielt krav til egnet bolig (Schiffman & Kanuk, 1987). Ideen om familielykken er i Norge i stor grad knyttet til eget hus (Haveraaen, 1993). Dersom ungdomstiden forventes å være en periode for valg og kvalifisering (Frønes og Brusdal, 2000), forventes det kanskje av den voksne å levere; Gjøre tydelig hvilke valg en har gjort og hvor vellykket valgene har vært. Hjemmet kan nettopp være en måte å gjøre voksenhet på. I vårt samfunn er for eksempel en stor bolig, helst en velstelt og velutstyrt enebolig, et håndfast bevis på suksess (bl.a. Øye i Prognosesenteret til Aftenposten 21.2.99, Rolness, 94, Gullestad, 89). En kan med andre ord tenke seg at forbruk på hjem blir særlig prioritert fordi boligen representerer et synlig tegn på vellykket etablering i voksenlivet. Som Kjølørød (1981) også skriver, krever "riktig" bolig at en gjennomfører en handlingsrekke som sosialiserer en til å akseptere gjeldende regler og forståelse. I dette meningsfellesskapet blir en tilfredsstillende bolig nærmest å betrakte som et tegn på fullverdig medlemskap i samfunnet (Kjølørød, 1981).

Boligen og innredningen har symbolsk verdi som kulturelle tegn, og er en arena for personlige, ekspressive uttrykk. Hva en omgir seg med gjør orienteringer og intensjoner

tydelige, og det har derfor stor betydning for ens identitet. Det kommuniserer hvem en er, både utad til andre og til individet selv (Csikzentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981). Hjemmets materialitet er derfor med på å skape, vedlikeholde og beskytte individets identitet på de ulike stadiene i livet<sup>7</sup> (Csikzentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981, Dittmar, 1992, Gentry et al., 1995). I undersøkelser om sammenhengen mellom verdsatte ting og identitet, fremgår det at individets livsløp så vel som familiens utviklingssyklus er nært forbundet med å skape og omskape hjemmet (Gullestad, 1989). For de unge (opptil 24) er forbruket en del av det å bygge opp en identitet (Csikzentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981). De fremstår som orientert mot det framtidige, på roller de ønsker å spille. For de eldste over 60 år er de viktigste rollene allerede spilt (Gentry et al., 1995). Forbruket har retrospektiv verdi og handler om å beskytte en truet identitet. Tingene de verdsetter er slike som symboliserer deres sosiale historie, det være seg familiemessig, yrkesmessig eller annet (Wallendorf & Arnould, 1988).

Hva kjennetegner så folk som er noen-og-tredve år? I følge undersøkelsene det her refereres til, befinner de seg midt imellom de unge og de eldre. De tilhører den store gruppen "voksne" som spenner fra 25 til 60 års alder, og som er i en fase der det generelt handler om å vedlikeholde identiteten fordi den er plassert i nåtidens roller. De befinner seg i det samtidige og identifiserer seg med hva de gjør, hva de er og hva de har (Gentry et al., 1995). Tingene de interesserer seg for, er slike som bygger oppunder for eksempel yrkesrollen, foreldrerollen, hobbyene, gruppefellesskapet eller annet de opplever som knagger å henge identiteten på.

Det er sannsynligvis en viss forskjell på å være yngre voksen og eldre voksen. En modell av voksnes identitetsutvikling viser at det tidlig i fasen handler om å finne intime relasjoner, dernest etablere sosiale bånd med ulike generasjoner, mens eldre voksne er mer engasjert i retrospektiv livsanskuelse (Erikson i Dittmar, 1992). Andre mener tilsvarende at gruppen voksne representerer både de unges aktivitetsorientering og de eldres refleksjonsorientering, men at de likevel står nærmere de eldre med sine referanser til fortid, minner og sosiale bånd. Den generelle utfordringen i fasen er å skape identitetsmessig kontinuitet og generere det allerede opparbeidede, skriver Csikzentmihalyi & Rochberg-Halton (1981).

---

<sup>7</sup> Gentry et al. (1995) forklarer identitet som en funksjon av hvordan et individ blir sett av seg selv. Den blir bestemt gjennom de kategoriene en bruker for å forklare hvem en er i forhold til tidligere erfaringer, til andre og til fremtiden. Både personlige og sosiale karakteristikk inngår, slik individet blir forstått av seg selv og av andre. Marianne Gullestads (1989:104) definisjon fokuserer direkte det kommunikative aspektet; Identitet er de delene av personens selvbilde som ønskes bekreftet av andre.

Relaterer vi det store forbruket på hjem i aldersgruppa noen-og-tredve til studier av ting og identitet, kan det virke som at identitetsmessig forankring i det samtidige fører til større forbruk på hjem. Det er selvfølgelig ikke mulig for meg å trekke en slik konklusjon. Det er forskjell på folk uansett alder, og de forskjellige orienteringene vi har sett utelukker ikke hverandre. Det fremgår at i 30-årene er en ung nok til å se fremover, til å ha ønsker for egen del, samtidig som en er gammel nok til å reflektere over fortiden og til å se seg selv i en større sosial sammenheng.

Undersøkelsene støtter oppunder det at den unge skal bli til noe, mens den voksne er noe. Ser vi etableringsfasen som en overgang, kan det tenkes at det er knyttet usikkerhet til statusskiftet. Dette er lite problematisert. I livssykliske teorier beskrives fasene forholdsvis statisk, og det å bli voksen fremstår som en mer uproblematisk stabilisering av identiteten. Tar vi i betraktning den enkeltes erfaring i tid og rom nyanseres dette bildet. Finn Skårderud (1998) skriver for eksempel om vår tid at voksenheten er blitt diffus fordi grunnregelen i samfunnet er forandring og ikke stabilitet<sup>8</sup>. Det å bli "voksen og etablert" som noe identitetsmessig trygt og fast kan derfor være strevsomt, kanskje heller ikke ønskelig. Den reklameskapte klisjeen "holde seg orientert og følge med i tida" er betegnende for en verdi og et ideal mer generelt i vår kultur. Det gjelder å være på vei, og dette er noe paradoksalt i forhold til tradisjonelle perspektiv på voksenhet og det etablerte. Om dette faktisk representerer en utfordring i det å etablere et hjem, er et spørsmål jeg tar med meg til analysen av det empiriske materialet.

## Hjem og kvinne

Kvinner har i de fleste kulturer alltid hatt ansvaret for barna, maten og huset (Åkerman et.al, 1983). Dette ble først tydelig i den borgerlige kulturen gjennom økt polarisering mellom arbeidssted og mannlighet på den ene siden, og hjem og kvinnelighet på den andre. I den patriarkalske kjernefamilien som vokser frem på 1800-tallet var ideen at mannen var hjernen og kvinnen hjertet. Han gikk til sitt arbeide i den offentlige sfæren med fokus på verdier som rasjonalitet, effektivitet og kalkulering, mens hun ivaretok kjærligheten, varmen og omsorgen som hjemmets- og hjemmekosens forvalter (Frykman og Löfgren, 1994).

---

<sup>8</sup> Dette er tatt ut av en sammenheng der Skårderud fokuserer på problemene med foreldre/barn relasjonen i tida. Uten å føre sporet videre mener Mary Douglas (1975) at manglende autoritativ kontroll og internalisering av sosiale statuser i barneoppdragelsen er et typisk trekk ved moderne, antiritualistiske samfunn.

I motsetning til kvinnene på bondegårdene, var ikke livsviktig produksjon av mat og tekstiler del av borgerkvinnenes arbeid (Åkerman m.fl, 1983). I stedet ble hjeminnredning en svært viktig oppgave i deres begrensede handlingsrom. Karriere for borgerkvinnen handlet i første rekke om en ektemann og dennes rang og posisjon, dernest hvor dyktig hun var til å skape "et vakkert hjem der barna ble harmoniske og familieforsørgeren kunne hvile ut fra kampen ute i konkurransesamfunnet" (fra tidas dameblad, sitert i Bergan og Dysthe, 1994:116). Å skape et godt hjem ble følgelig av stor betydning for kvinnens sosiale identitet.

Denne komplementariteten i rollene mellom mann og kone var del av en samfunnsmessig orden frem til 1950 og 1960 tallet. Fra da av ble det mer og mer vanlig at også gifte kvinner gikk ut i lønnet arbeid (Frønes, 1989). I våre dager anses det naturlig også for kvinner ikke bare å ha en jobb, men å forfølge selvstendige yrkeskarrierer, forstått som yrker en har forberedt seg til gjennom utdanning og som anses viktige for mening og selvrealisering (Frønes og Brusdal, 2000). At uttrykk som "yrkeskvinne" og "karrierekvinne" er på vei bort, kan sees som et uttrykk for dette. Også hun identifiseres i større grad med henvisning til yrkesrollen, og det å "bare være hjemme" gir mindre anerkjennelse. Kvinnens tidspress ved å være "dobbeltarbeidende" er i ferd med å bli begge foreldrenes "tidsklemme" (Lilleaas, 2003). Det moderne paret skal ideelt sett være likestilte og likeverdige samarbeidspartnere.

Hva betyr så endrede kjønnsroller og kvinners deltagelse i den offentlige sfæren for hennes oppgave som "hjemmets og hjemmekosens forvalter"? Foreløpig mindre enn en skulle tro. Til tross for at kvinner oppholder seg mer utenfor hjemmet, har betydningen av privatsfæren på langt nær avtatt. Det er fortsatt viktig å bo godt og det er kvinnene som i første rekke forvalter det gode hjemmet. Undersøkelser viser at hjemmet og arbeidet med det fremstår som parets felles prosjekt, men at samarbeidet i stor grad følger et tradisjonelt mønster (bl.a Gullestad, 1989, Rolness, 1995). Han svinger hammeren og viser større interesse enn før, men hvordan det til slutt ser ut, er et resultat av hennes initiativ, ledelse og smak. Kvinnen er i følge Døving (2001), fremdeles representasjonens og estetikkens forvalter. Mellom 60 og 70 prosent av kjøpsbeslutningene i forhold til hjemmet, er det hun som tar (Rolness, 1995, Øye i Prognosesenteret, 2003). Dette bekreftes også av at det stort sett er til henne innredningslitteraturen (og markedskommunikasjonen) henvender seg (Aftenposten, 17.1.00).

Forklaringene på at det er slik kan godt være av eldre årgang: Til tross for større utjevning, møter kjønnene ulike sosiale forventninger og virkeligheter i utøvelsen av sine roller som mann eller kone. Fremdeles forventes det at han skal tjene mest, mens hun tar den største delen av det hjemlige arbeidet og skaper hjemmehyggen (Hunt, 1989)<sup>9</sup>. Å skape og holde i orden et ”godt”, hyggelig eller pent hjem, er fremdeles knyttet til kvinnelighet og til hennes rolle i parforholdet. Solheim (1998) mener at i symbolsk forstand, er det hun som er familien og hjemmet.

Den ikke-materielle kulturen beveger seg som kjent langsommere enn den materielle (Ogburn i Østerberg, 1984). Borgerkvinnens identitetskilde var privatsfæren og hjemmet. Med inntreden i det offentlige har kvinner i dag fått et større spillerom. Likevel ser det ikke ut til at dette går på bekostning av hennes rolle som hjemmets sjefsinnreder. Mannen til en av mine informanter sa det slik: ”Jeg har musklene, hun har hjernen”<sup>10</sup>. Denne uttalelsen var svært betegnende for utvalgets erfaringer generelt. De gjør det ofte sammen, men samarbeidet følger i stor grad et tradisjonelt kjønnsrollemønster. Samtlige informanter med partnere mente at det var hun som interesserte seg for innredningen, som tok initiativet og bestemte hvordan det skulle være. De oppfattet dette som det vanlige blant par de kjente til. Det var noe de aksepterte og nærmest tok for gitt.

Kjønn er et tungt tema og åpenbart av stor betydning for å forstå kvinners innsats i hjemmet. Jeg har imidlertid valgt å studere innredere fremfor kjønn. Fordi utvalget består av kvinner, er denne kjønnede bakgrunnen ment å tjene som en legitimering av akkurat dette.

## Hjem og innredning som et symbolsk univers

Hva betyr egentlig hjeminnredning? Det er både noe som er, og noe som gjøres. Som substantiv handler det om utstyr til forskjellig bruk i hjemmet. Som verb handler det om arbeidet med å utstyre hjemmet, opprettholde det og vedlikeholde det. Å interessere seg for innredning, handler også om å interessere seg for det jeg her som en fellesbetegnelse kaller ”ting” og sammensetning av ting. Tingene i denne oppgaven er blant annet møbler, audiovisuelt utstyr, lamper, tekstiler, gjenstander, veggpynt, planter, bøker, materialer og

---

<sup>9</sup> I 1998 er kvinnes inntekt 60 prosent av mennenes, noe som blant annet tilskrives lønnsnivået i tradisjonelle kvinneyrker og kvinnelig deltidsarbeid (Likestillingsminister Svarstad Haugland, Kronikk i Dagbladet, 16.3.99)

<sup>10</sup> På spørsmål om hvordan paret samarbeidet rundt innredning, svarte de fleste informantene med å vise til lignende, litt humoristiske stereotypier som ”han bærer og jeg dirigerer”, ”jeg slenger ut ideene, han gjennomfører dem” og ”jeg bestemmer, han gjør arbeidet”. Dette indikerer at de knytter seg til et kjent, kulturelt mønster.

farger. Innredning er et materielt univers bestående av alt fra veggfargen til småtingene i vinduskarmen. Det er imidlertid noe langt mer enn døde ting. Det materielle er, som Østerberg sier, bearbeidet fysisk struktur. Det er noe vi skaper selv (i Nørve, 1983a).

Å besøke hjem innebærer møter med fantastiske, symbolske univers. Hver del har beboeren valgt ut og på bestemte måter satt sammen med andre deler, slik at resultatet enkeltvis og sammensatt kommuniserer mening som fortolkes i møtet med dem. Den samme tingen kan gi forskjellige meninger alt etter materiell og sosial kontekst. Symboler, det være seg ting, handlinger eller relasjoner, har nettopp den egenskapen at de står "tvetydig for et mangfold av mening som fremkaller følelser og som driver folk til handling" (Gullestad, 1986:31).

Enhver ting kan være knyttet til sosial mening. Selv rent funksjonelle ting tjener til å sosialisere en person til en bestemt vane eller måte å leve på, og er samtidig representative tegn på den måten å leve på (Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton, 1981: 21). De ekspressive symbolverdiene ved hjemmet har likevel blitt langt mer fremtredende enn tidligere. Dette skyldes nettopp at en står ovenfor et bredt spekter av valgmuligheter, hevder Gullestad (1989). Hjemmet har blitt en skapelsesprosess der identiteter dannes, bevares eller omdannes. Gjennom symbolene en omgir seg med, gir en fortellinger om seg selv, til seg selv og andre. Enten en vil eller ei, avgis også betydninger fordi symbolene er "allestedsnærværende".

Symbolverdenen er som et register en lærer å spille på, og noen er flinkere enn andre (Nørve, 1983a). Forutsetningen er selvfølgelig at noen deler meningsinnholdet. Noen betydninger oppfattes forholdsvis likeartet fordi de hviler på felles aksepterte forståelser, eller koder. Hvor flink en er til å fortolke symbolene riktig og eventuelt kunne benytte dem til egen fordel, avhenger derfor av hvor godt en kjenner rådende koder. Kodene kan være "vedtatte" internasjonalt, nasjonalt eller også bare i begrensede sosiale miljø. Jo snevrere kretsen er, desto mer hårfine forskjeller vil det være mellom hva symbolet betyr, og hva det ikke betyr (Hvidberg, 1984). Kodenenes evne til å skille, skape distinksjoner, gjør at symboler virker både sosialt inkluderende og ekskluderende. Når det kommuniseres tilhørighet til en gruppe, kommuniseres det avstand til en annen (Hvidberg, 1984).

Styrken av dette symbolske universet forsto jeg ikke rekkevidden av før jeg gikk ut i feltet. Min umiddelbare opplevelse var at innredning handler om følelser, og som et følelsesområde mangler det presise begrep. Arkitekten Juhani Pallasmaa (1995) treffer etter



mitt skjønn spikeren på hodet når han sier at beskrivelsene av et hjem mer tilhører området for dikt, poesi, film og kunst enn arkitektur. Informantene snakket om hjem og ting i symbolske termer hvis meningsinnhold aldri var gitt. Jeg erfarte at oppfordring til utdypning brøt med god takt og tone for samtaler omkring smak. For å forstå, måtte jeg forholde meg til kodene og distinksjonene som fremkom billedlig og antydende gjennom metaforer som koselig, personlig, varmt og kaldt.

En analytisk veiviser til dette landskapet baseres på Frønes (2001) og hans utlegning om forholdet mellom digitale og analoge symboler. Mens de digitale symbolene er tilfeldige tegn som ikke ligner det de skal fortelle om, er de analoge motiverte i den forstand at de er relatert til det de viser til. Der det digitale symbolet gir saklig (denotativ) informasjon, er det analoge semantisk tungt ved at det gir en fortolkende (konnotativ) mening, ofte distinksjonsskapende, gjennom for eksempel assosiasjoner og hentydninger. Et uttrykk kan være både digitalt og analogt. Vi kan for eksempel tenke oss at ”stue” både angir navnet på hjemmets oppholdsrom og assosieres med en type hjemlighet til forskjell fra en annen. Viktige redskaper innenfor den analoge sfære er nettopp metaforer, men også metonymer. Mens en metafor henspeiler på hvilken mening noe skal tillegges, henspeiler metonymi på det å trekke slutninger om et hele, en form for kjedefortelling, ut fra en enkelt del. Et symbol (som for eksempel en bolle i sølvplett) utløser altså en forestilling om en symbolsk sammenheng (passer til tyllgardiner og kjøttkaker i brun saus<sup>11</sup>). Analoge uttrykk danner ofte basis for kulturelle distinksjoner, men fordi de kun er antydende og varierer med tid og sted, åpner de for forskjellige tolkninger. I kraft av sin ”selvfølgelige” og semantisk tunge tilstedeværelse, kan symboler snike seg unna kritisk refleksjon og framtre som naturlige (Frønes, 2001:74). Med ønske om å unngå dette, vil jeg ha i mente kunnskapen om de analoge uttrykksformene ved fortolkningen av det symbolske landskapet som informantene forholder seg til.

Å studere hva materielle ting og forbruksvarer betyr for individet, faller gjerne innunder merkelappen symbolsk forbruk. Dette innebærer å se forbruk som en kanal for meningssøking og meningskonstruksjon og/eller for hva det bidrar til av følelsesmessige opplevelser (Storvik, 1992). Det forbruksteoretiske feltet inneholder mange og forskjellige bidrag. Mary Douglas (1996, Douglas og Isherwood, 1979) og Pierre Bordieu (1984, norsk oversettelse

---

<sup>11</sup> Eksemplet er hentet fra det innsamlede materialet.

1995) er for eksempel interessante fordi de gjennom å fokusere på livsstil<sup>12</sup>, er opptatt av de strukturer og mønstre som oppstår når individuelle data aggregeres. Douglas ser forbruk som et forholdsvis bevisst informasjonssystem der varer brukes for å skape orden, kommunisere sosial mening og tilhørighet. Bordieu ser forbruk som en arena for distinksjon, der klassemessige forskjeller skapes og opprettholdes gjennom ulike, mer ureflekterte smakspreferanser.

En ganske annen forståelse av moderne forbruk har Colin Campbell (1987). For ham handler det ikke om det relasjonelle eller om sosial posisjonering, men om indreorientert følelsesmessig glede.

Douglas, Bordieu og Campbell representerer ulike og interessante bidrag på feltet og er blant de referansene jeg bærer med meg. Imidlertid er det ikke min intensjon å følge bestemte forbruksteoretiske perspektiv. Jeg vil ta meg den frihet å plukke og mikse fra et vidt spekter etter i hvilken grad det er relevant og kan bidra til forståelse for de fenomen som måtte vokse frem i undersøkelsen.

## **Teoretiske innfallsvinkler**

Min hensikt er å øke kunnskapen om hvordan et hjem skapes ved å undersøke innrederes tanker og forståelser. For å gjøre dette ifører jeg meg briller som hjelper meg til å fokusere blikket klarere på noe fremfor annet, og de jeg bruker oppfyller tre ønsker på en gang.

Med et fenomenologisk blikk får jeg hjelp til å gå rett til saken og fokusere på den subjektive forståelsen av hverdagslivet (Berger og Luckmann, 1966). Med Ehn og Löfgren (1982) innebærer et slikt aktørorientert perspektiv "...at vi undersøker hur människor medvetet klassificerar sin värld; tolkningarna grundas på de begrepp, värden och synsätt som de själva ger uttryck åt" (ibid:96).

Det symbolske blikket er til god hjelp for å flytte fokus til hvordan folk samhandler gjennom språk og symboler, altså den kommunikative siden ved interaksjonen. Dette kalles symbolsk interaksjonisme, et perspektiv som er knyttet til Mead og hans poeng om at det er i symbolutveksling med andre at individet utvikler sin sosiale identitet (Dittmar, 1992).

"Verkligheten betraktas som en ständigt pågående kommunikation, "tingen talar", ord och gester har

---

<sup>12</sup> Livsstil kan med Gullestad defineres som de kommunikative aspekter, som symbolverdien ved (det mer generelle) levesettet (Gullestad, 1989:104), og med Giddens som de praksiser individet følger og som gir en materiell form til fortellingen om ens selvidentitet (Giddens, 1996:100).

undermeningar, handlingar och symboler är mangtydiga. Syftet är att överskrida det sunnda förnuftet” (Ehn og Löfgren, 1992:96).

Blikket for det sosialt konstruerte hjelper meg til å være kritisk i forhold til ”den naturlige verden” og det som tas for gitt. Det hjelper meg til å se på innredning og meningene rundt dette som sosialt skapt, og ikke noe som eksisterer uavhengig av menneskene i relasjon til hverandre (Burr, 1995). Som den noe idehistoriske gjennomgangen har antydnet, eksisterer det en rekke kulturelle og strukturelle føringer på hvordan vi innreder våre hjem til enhver tid.

Det er imidlertid flere grunner til at jeg har innledet slik jeg har gjort. Mitt ønske har vært å legitimere det fokuset som er valgt i analysen gjennom å gi scenen noen kulisser. De lange linjene bakover til det private hjemmets oppkomst, viser at det er stua som er mest tilgjengelig for å se, og kvinnen som er mest tilgjengelig for å kommunisere omkring hjemmets representasjoner. Stua og kvinnen synes å kunne være bærere av endringer og dobbelthet i forhold til temaer som representasjon versus presentasjon, individ versus kollektiv og frihet versus regler. Fasen der en ”slår seg til ro” med familie og familiehjem er valgt fordi det som en ”ny” periode med stor aktivitet kan synliggjøre tradisjon og fornyelse ved det å skape et permanent hjem.

Med dette er scenen satt for en undersøkelse av noen kvinners strategier og forståelser knyttet til innredning av stua.

# Metode

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for de metodiske valgene som brakte meg fra ren undring til praktisk gjennomføring. I framstillingen legger jeg vekt på episoder, hendelser og erkjennelser som jeg støtte på i løpet av intervjuene, og som for meg ble spesielt interessante og fruktbare. På denne måten kommer den kvalitative metodens anvendbarhet for induktiv analyse frem.

## Valg av fremgangsmåte

Kvalitativ metode er generelt best egnet når det er meningssammenheng en er opptatt av og ikke tallmessige sammenhenger (Holter, 1996), eller når det handler om å finne fram til den gjerne stilltiende og underforståtte "teori om verden" som aktørene har (Repstad, 1993). Denne studien handler om aktørenes egen forståelse. Ved å se på meningskapende aspekter generelt og ved å identifisere de forestillinger som ligger til grunn for innredningsvalg er hensikten å få en bedre forståelse av hva det å skape et hjem betyr. En kvalitativ fremgangsmåte var følgelig best egnet. Metodens åpenhet og fleksibilitet gir også rom for å utforske interessant materiale underveis i prosessen.

Hvordan skulle jeg mer konkret gjøre dette? Hjem og hjeminnredning er ekspressive uttrykk. Fordi vi i dag har valgmuligheter "snakker" tingene også mer enn før (Gullestad, 1989). Symbolverdiene gjør nær sagt innredning til mer visuell enn verbal "kultur", og jeg var følgelig interessert i å observere hjem. Til tross for at, eller kanskje mest fordi, jeg har gått ut og inn av norske hjem hele livet, har jeg ikke reflektert særlig bevisst over hvordan de er innredet. Jeg har selvfølgelig likt noe bedre enn annet, tenkt at noe er typisk for eldre, noe for yngre og noe har jeg syntes var mer stilig enn annet. Mye er velkjent, og nettopp derfor ønsket jeg å se hjem på nytt, med et mer fremmed og "forskende" blikk. Jeg kunne likevel ikke bare observere. Jeg trengte folks beskrivelser, fortolkninger og begrunnelser for å se hvordan mening skapes, og intervju syntes å være nødvendig. Intervjuet ville gjøre det mulig for innredere å bringe meg inn i deres verden (Patton, 1990).

Ut fra disse vurderingene bestemte jeg meg for å gjøre det både verbalt og visuelt ved å intervju informanter i hjemmene deres. Jeg bestemte meg også for å ta bilder av innredningene som eventuell illustrasjon og som hjelp til det analytiske arbeidet.

## Forberedelser

Før feltarbeidet startet forberedte jeg meg ved å lese et bredt spekter av kilder. Tidligere undersøkelser på feltet, faglitteratur, statistikk og interiørstoff fra blader og magasiner. Jeg observerte og lyttet til folk i omgang med hjem og hjeminnredning. Jeg gikk på boligvisninger og besøkte interiørbutikker. Samtaler med medstudenter og bekjente med interesse for innredning ga også god bakgrunnsinformasjon. Motivasjonen var å få ideer til problemstilling, bygge en plattform for intervjufasen og kunne delta i samtaler om interiør.

En annen forberedelse gjaldt meg selv. Med hvilke briller går jeg til feltet? Som sosiologistudent er det klart at jeg vil være opptatt av hjeminnredning som noe relasjonelt, som del av et felles meningsunivers. Men hva med mitt "ufaglige" forhold til smak og innredning av hjem? Hva tenker jeg om meg og "de andre"? Hvilke følelser, meninger og fordommer har jeg? Denne refleksjonen kaller Jette Fog (1994) for selvransakelse. Hun mener at fordi intervjueren bruker seg selv som redskap, bør en undersøke hva slags redskap en er slik at dette ikke ubevisst skal påvirke undersøkelsens gang (Fog, 1994).

Selv om jeg på denne tiden mente at jeg ikke la så stor vekt på hvordan det så ut rundt meg, kunne jeg på ingen måte påberope meg å være en "fremmed". Da jeg skrev ned det jeg kunne komme på om mitt forhold til innredning, fremsto jeg også mer bevisst og fordomsfull enn jeg trodde. Noe knyttet jeg til eldre generasjoners pyntehjem, annet til ungdommelig annerledeshet. Noe oppfattet jeg som koselig, noe som spennende. Annet syntes jeg var rart eller bare stygt. Metoden gjorde meg selvfølgelig ikke "nullstillt", men langt mer bevisst på hva som var "mitt" i utgangspunktet. I likhet med kunnskap innhentet eksternt, ga også dette ideer til problemstilling og intervjuguide. Hva forbinder for eksempel de jeg skal intervju med andres interiør? Har de noen tydelige forestillinger de orienterer seg vekk fra?

## Undersøkelsens hvem, hva og hvor

Skulle jeg ha flere møter med informantene? Møte de både hjemme og i interiørbutikker? Skulle undersøkelsen hjemme dreie seg om innredning av hjemmet generelt, et par rom, eller skulle informantene selv få velge et rom vi kunne fokusere på? Flere alternative tilnærminger og avgrensninger ble vurdert før jeg valgte å gjøre ett lenger intervju hjemme hos informanten og et hovedfokus på stua. Denne metoden gir, som McCracken (1988b:11) sier, "access to individuals without violating their privacy or testing their patience (...). It allows us in other words to achieve crucial qualitative objectives within a manageable methodological context".

I hjemmet besluttet jeg å konsentrere meg om det rommet vi kaller stua<sup>13</sup>. Begrunnelsen for dette er allerede gitt og er relatert til stuas tradisjonelt representative rolle i hjemmet. Valgene så langt var de enkleste.

Å velge et segment til undersøkelsen skulle vise seg å være en mer utfordrende oppgave. Innenfor den kvalitative utvalgsmetodikken velges informanter ut fra at forskeren mener de er interessante som typiske representanter for fenomenet som studeres (Fog, 1994). I utgangspunktet kan de fleste være både interessante og relevante for denne oppgaven fordi "alle" har et forhold til hjeminnredning. Men, min hensikt var ikke å studere hele befolkningen. Jeg ønsket å studere et noenlunde likeartet utvalg som kunne belyse hvordan vanlige folk forholder seg til, og skaper mening i det å innrede et hjem i en (vare-) verden av valgmuligheter. Å spørre eksperter om folks innredning og smak, ønsket jeg ikke. Deres oppfatning, samt informasjon om skiftende stiler, farger og moter kan en lese om i ukeblader og aviser. Men alt de "kan", inngår også i folks hverdagsliv, selv om hjemmet deres sjelden er ryddet, støvfritt og "stylet" for fotografering. Jeg ønsket et empirinært studie av hvordan vanlige innredere gjør sitt eget hjem.

Noen er selvfølgelig mer opptatt av hjeminnredning enn andre, og noen har større ressurser å putte i det enn andre. Disse "noen" interesserte meg mest. For mitt formål syntes det hensiktsmessig å optimalisere utvalgskriteriene for å finne fram til de som har økonomisk mulighet og vilje til å innrede hjemmene sine etter egen smak, som gjør det og som kan tenkes å være refleksive og taleføre rundt dette i en intervjusituasjon. Gjennom utvalgskriterier som indikerer sosial likhet mer enn ulikhet, ønsket jeg å spore mønstre som kan fortelle noe om hjeminnredningens betydning i en avgrenset fase av livet.

I følge en undersøkelse fra MMI på oppdrag for IFI (Norsk Monitor 1995) er forbruket til hjem størst i aldersgruppa 25 til 39. Dette antas å skyldes at aldersgruppa befinner seg i etableringsfasen, både når det gjelder første- og annen gangs etablering. Mest penger på hjem ble det brukt blant beboerne i Oslo og Akershus (MMI rapport til IFI, 1996). Ut fra dette bestemte jeg meg for å konsentrere undersøkelsen om forholdsvis etablerte folk i 30-årene (30-39), som bor i, eller i nærheten av Oslo. Statistisk sett ville de da tilhøre gruppen storforbrukere. De ville være gamle nok til å ha fått en viss erfaring med hjeminnredning, men unge og nyetablerte nok til å være interessert i det her og nå.

---

<sup>13</sup> I undersøkelsen kunne informantene i tillegg velge seg et rom de ønsket å snakke om. Dette ga liten tilleggsinformasjon og jeg velger å utelate dette i fremstillingen.

Etableringsfase virker interessant på flere måter. I 30-årene er det vanlig å etablere seg med familie og hjem. Det er kulturelt knyttet til naturlig progresjon i livsløpet (Hareven i Finch, 1987), og er fra gammelt av forbundet med det å ha blitt voksen (Frønes og Brusdal, 2000). En tanke er at etableringsfasen kan arte seg som en overgangsfase der det store forbruket til hjem også gjenspeiler nye identitetsmessige utfordringer, for eksempel i det å konstruere det voksne.

Som hjelp til rekrutteringsarbeidet ga jeg utvalgsønskene mine følgende operasjonelle definisjon: "Folk i 30-årene med en utdanning og inntekt over gjennomsnittet, som har egne boliger og interesse for hjeminnredning".

## **Rekruttering av informantene**

Informantene ble rekruttert ved å la "snøballen rulle" og ved hjelp av venner og bekjentes nettverk. Å la den ene relevante lede til den andre, syntes som en godt egnet utvalgsmetode for å finne typiske og villige informanter slik andre kjente dem, samt at de ville være meg fremmed for at ikke en venninnerolle skulle komme i konflikt med forskerrollen.

Erfaringen med metoden var at snøballen ikke nødvendigvis ruller helt av seg selv eller i forventet retning. Det var behov for litt dytting og den måtte også plukkes opp og rulles på nytt. I dette tilfellet rullet snøballen også bare fra kvinne til kvinne.

Min første informant var naboen til en studievenninne. Intervjuet var ment som et (siste) prøveintervju<sup>14</sup>, men ble innlemmet som data fordi det kvalifiserte like godt som de andre intervjuene. Ved hjelp av en kollega fikk jeg tilgang til en kvinnelig informant som virket interessant, og som var villig til å sende ballen videre til sitt miljø av "like" i nabolaget. Jeg intervjuet "døråpneren", men videre rekruttering lot vente på seg. Av senere oppfølgingssamtale på telefon forsto jeg det slik at hun kviet seg for å spørre folk og var usikker på hvilken informasjon hun skulle gi. Et nytt forsøk ble gjort ved at hun formidlet en skriftlig henvendelse der jeg informerte om undersøkelsen og oppfordret interesserte til å ta kontakt med meg direkte. På denne måten skaffet hun meg tre informanter. Ingen av dem kom imidlertid fra det miljøet jeg forventet, men alle kjente kollegaen som i utgangspunktet hadde

---

<sup>14</sup> Som jeg skriver om senere, ble intervjuguiden utformet gjennom utprøving på venner og medstudenter. Jeg fant at det var vanskelig å "gå under huden" på omgangsvener. Det var derfor viktig for min profesjonalitet å prøve opplegget ut med en utenforstående.

etablert kontakten. Som forskere før har rapportert, synes bekjentskap å være en god referanse i prosessen med å få tilgang (Hammersley og Atkinson, 1987).

På hvert av de følgende intervjuene fortalte jeg om mine rekrutteringsønsker og la igjen noen eksemplarer av den skriftlige henvendelsen med frankerte konvolutter. Dette frembrakte ytterligere to relevante informanter, men etter dette stoppet snøballen helt. For å komme videre aktiviserte jeg mitt eget nettverk, og dette frembrakte fra forskjellig hold de fire siste informantene. Ingen av disse rullet snøballen videre.

Med et par unntak er altså utvalget fremkommet gjennom bekjenskaper, enten mine eller min kollegas. Jeg vet ikke om informantene har stilt opp som en "vennetjeneste" overfor noen, eller om de rett og slett responderte på en direkte henvendelse. Det er i alle fall klart at snøballen ikke rullet like lett som jeg hadde håpet. Jeg kunne kanskje ha vært mer pågående, men det var et etisk aspekt for meg at ikke noen skulle føle seg presset til verken å skaffe nye informanter, eller til å la seg intervju.

Menn er fraværende i undersøkelsen og grunnen var i utgangspunktet enkel nok; Jeg "fikk" ingen. Til tross for at min forespørsel rettet seg til begge kjønn, opprettet kvinner kontakt med kvinner. På direkte forespørsel, kjente heller ingen til menn som passet eller "egnet seg" for intervjuing. Spørsmålet var da om menn aktivt skulle letes fram som typiske representanter for et innredningsinteressert folk? Jeg besluttet at svaret måtte bli nei. Selv om mediene i de senere år viser til økende mannlig interesse, spesielt for design på utstyr til kjøkken og bad, (bl.a. Aftenposten, 17.1.00 og Romeriksen 18.5.00), er hjeminnredning tradisjonelt assosiert med kvinnens rolle i hjemmet (bl.a. Gullestad, 1989, Hareven, 1991, Rolness, 1994). At det er kvinnen som bestemmer "hvor skapet skal stå" var forestillingen som også preget dette utvalget av ressurssterke kvinner.

## **Beskrivelse av utvalget**

11 dybdeintervju med kvinner danner altså grunnlaget for denne studien<sup>15</sup>. En oversikt over informantene med oppdiktete navn, deres alder, utdanning, yrke, sivilstatus, type bolig og relative økonomi er vedlagt i appendiks nr. 1. Alders- og bostedsmessig tilhører de den statistiske kategorien som bruker mest tid og penger på hjeminnredning, og i forhold til mine

---

<sup>15</sup> I ett tilfelle var mannen tilstede under deler av intervjuet og det ble kunstig å late som om han ikke var der. Jeg innlemmet ham i samtalen og dette var en berikelse for materialet herfra. De supplerte, påminnet og oppmuntret hverandres fortellinger i tillegg til å gi interessant innsikt i hvordan de samarbeidet om hjemmet.



ønsker om et ressurssterkt "middelklasseutvalg", mener jeg de er gode representanter. De tilhører en generasjon som selv stort sett har hatt en hjemmевærende mor, ikke selv gått i barnehage, vokste opp i et massekonsum- og massemediesamfunn og tar velstand som en selvfølge (Frønes, 1986).

Informantene er i alderen 30-39. Med unntak av Janne som er enslig, er de etablert i tradisjonelle kjernefamilier med to til fire barn i alderen 1-12 år. Omsorg og omtanke for barn preger en stor del av deres tilværelse og de er opptatte av at hjemmet skal være "et hjem for barna".

Ektemennene er omtrent på samme alder og utdanningsnivå som informantene. Gjennom samtale fikk jeg inntrykk av at den generelle organiseringen av hverdagen fulgte et forholdsvis tradisjonelt kjønnsrollemønster. I de fleste tilfellene var det klart mannen som sto for den største delen av deres samlede inntekt, mens kvinnene tok en større del av ansvaret for barn og hjem. Dette gjaldt i noen grad også der paret hadde lik yrkesstatus.

Jeg ønsket et utvalg med en viss handlingsfrihet, og etterspurte derfor en inntekt som lå noe over snittet. På intervjuetidspunktet (1996/1997) var gjennomsnittsinntekten for en småbarnsfamilie rundt 400.000 pr år. Fordi andre hjalp til med utvelgelsen, kunne jeg ikke annet enn å fortelle om mine ønsker og håpe at dette ville øke sannsynligheten for et samlet sett ressurssterkt utvalg. I den alderen og fasen informantene befinner seg i, er husholdningens utgifter på sitt største (Brusdal, 1994). Høy inntekt er derfor ikke en garanti for handlingsfrihet i forhold til hjeminnredning, men det utgjør et forbrukspotensiale.

Under intervjuene spurte jeg etter både reell inntekt og deres opplevelse av økonomien i forhold til hjeminnredning. Ved å plassere familiens inntekt på et skjema med grove inntektskategorier (200-400 tusen, 400-600 tusen osv.) var tanken å få et sammenligningsgrunnlag innen utvalget. Noen ga fra seg disse opplysningene, mens andre enten ikke ønsket å gi denne informasjonen, eller syntes det var vanskelig. Av de som oppga inntekt, var det bare Janne som lå under "grensen" på 400.000, men hun var da også enslig. De fleste lå langt over dette tallet.

En samlet oversikt over faktisk inntekt er det altså ikke mulig å gi. Gjennom observasjon og samtaler fikk jeg likevel et inntrykk av informantenes økonomi. For eksempel ga alle uttrykk for at de ikke kunne kjøpe hva de ville, men prisene på det de ønsket å ha råd til varierte. Én ønsket seg penger til persienn foran vinduene, en annen til (flere) verk av kjente kunstnere. Et par tusenlapper kunne synes som et høyt beløp for noen, mens andre var

oppe i det mangedobbelte som referanse. Ut fra dette har jeg vurdert deres økonomiske handlingsfrihet i kategoriene "begrenset" eller "større" (se appendiks 1).

Boligsituasjonen i etableringsfasen kjennetegnes ofte av å starte i det små og ende i noe større, avhengig av hva en ønsker seg og kan oppnå. Veien fram kalles gjerne boligkarriere (Støa, 1995). Bor en for eksempel i rekkehus, men planlegger i forhold til ønsket om en enebolig, opplever en seg ikke "i mål" etableringsmessig. Dette gjelder for 3 av informantene, som jeg vil kalle de "nyetablerte". Øvrige 8 bodde i selveide eneboliger med boareal fra ca. 150 til ca. 400 kvadratmeter. I følge Prognosesenteret A/S representerer eneboligen drømmen for de fleste nordmenn og er et signal utad om vellykkethet (Aftenposten, 21.2.99, jmf. også Gullestad, 89). Kulturelt og normativt sett representerer disse 8 derfor de boligmessig "veletablerte". Dette er et tema også i analysen.

## **Om intervjuguiden**

I intervjuene benyttet jeg en intervjuguide med delvis strukturerte spørsmål over emner jeg antok var relevante. Hensikten var å fremskaffe i noen grad systematiske data som kunne sammenlignes, men der informanten likevel forholdsvis fritt og med egne ord kunne fortelle om sine erfaringer, holdninger, handlinger og følelser. Håpet med en mer induktiv tilnærming var at dataene ville reise nye problemstillinger som jeg kunne forfølge.

Intervjuguiden ble til gjennom prøving og feiling. Med nyervervet kunnskap og stadig økende nysgjerrighet, besto den største utfordringen i å begrense omfanget til et tidsmessig overkommelig intervju. To prøveintervju og justeringer i etterkant var til hjelp i denne prosessen. Et tredje prøveintervju ble gjort fordi jeg ønsket å teste intervjuet og meg selv i møte med en "fremmed". Jeg intervjuet naboen til en venninne, en kvinne som var egnet i forhold til mine utvalgsriterier. Da "svenneprøven" fungerte tilfredsstillende, besluttet jeg å innlemme henne i utvalget.

Spørsmålene i guiden ble utformet for både generelle og mer spesifikke temaer. Som begynnelse stilte jeg antatt enkle (men forhåpentligvis engasjerende) spørsmål om selve boligen, hva som gjorde at de flyttet hit og hva de hadde gjort med boligen etter innflytting. Herfra stilte jeg spørsmål om interesse for interiør mer generelt. Jeg etterspurte tanker omkring det å innrede, hva de så hos andre og hvordan de så på sitt eget interiør. Opplevelser rundt det å skulle innrede et hjem, om noen ting betød mer enn andre, hvordan de samarbeidet med partneren og hvordan de snakket med andre om dette, var andre temaer jeg ønsket å høre

om. Til sist stilte jeg spørsmål om informantens bakgrunn og jeg avrundet med å åpne for temaer vi eventuelt ikke hadde snakket om. De konkrete tingene de hadde i stua si spilte underveis en viktig rolle som utgangspunkt for spørsmål og som referanser i samtalene som utviklet seg. En målsetning var å få informantene til å reflektere over betydningen av hjeminnredning i eget hjem, for synet på seg selv og andre. Blant annet ønsket jeg å kunne knytte dette til teorier rundt individets "frisettelse" (Ziehe, 1989) og muligheten til å forme sin egen identitet i moderne samfunn.

Selv om jeg hadde forfattet eksempler på spørsmål og oppfølgingsspørsmål, var ikke rekkefølge og ordlyd forhåndsbestemt. Først og fremst fungerte guiden som en sjekkliste, og med tiltagende trygghet og sikkerhet i intervjurollen ble "sjekkliste-pausene" også færre.

Intervjuguiden ble med andre ord utviklet i takt med min økte innsikt i feltet. Etter det femte intervjuet begynte guiden å bli utfyllende nok til at den ikke endret seg stort. 6 intervjuer senere følte jeg at jeg hadde nådd et metningspunkt for hvor mye informasjon jeg kunne få ut av informantene. Jeg syntes informasjonen gjentok seg og at det var lite nytt å spore. Dette var den viktigste grunnen til at jeg ikke rekrutterte flere enn de 11 jeg hadde intervjuet, men valgte å avslutte feltarbeidet i den formening at de innsamlede data var tilstrekkelig til mitt formål.

Intervjuguiden med den form og innhold som ble benyttet i de siste 6 intervjuene, gjengis i appendiks 3.

## Om intervjuet

Jeg gjorde feltarbeidet høsten 96 og vinteren 97. Jeg besøkte hver informant én gang der jeg i tillegg til å intervjuer, observerte hjemmene og tok bilder av interiøret i stua. Intervjuene foregikk på en tid, og med base på et sted i hjemmet den enkelte syntes var best egnet. Som oftest var dette i en sofagruppe i stua, men ved et par tilfeller på et rommelig kjøkken. Jeg sier "base" fordi hvert intervju også foregikk på vandring rundt i rommet eller også i flere rom, ettersom samtalene ble knyttet til konkrete ting og eksempler<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Jeg satte som vilkår at det var rolig rundt oss under intervjuet, og som regel var det også det. Hvilken betydning dette har forsto jeg i det tilfellet der barna var tilstede fordi de var syke. Etter hvert som barnas videofilm tok slutt og avbruddene ble flere, forsvant den "naturlige" flyten i samtalen og intervjuet fikk mer preg av spørsmål og svar. Jeg vurderte å avtale et nytt møte, men fant at jeg kunne se meg fornøyd med den mer refleksive og spontane informasjonen jeg allerede hadde fått.

Før intervjuene startet, fortalte jeg litt om undersøkelsen, bakgrunnen for den, hvem jeg intervjuet og om anonymitetshensynet jeg ville ta. Jeg ba om tillatelse til å bruke diktafon og til å ta bilder, noe ingen satte restriksjoner i forhold til. Jeg gjorde det også klart at de kunne avstå fra å besvare spørsmål dersom de ønsket det. Som tidligere nevnt ble denne retten benyttet av et par i forhold til økonomi.

Intervjuene varte fra i underkant av to til cirka fire timer, med et gjennomsnitt i underkant av tre timer. Umiddelbart etter hvert intervju skrev jeg et feltnotat basert på tankene jeg gjorde meg om intervjusituasjonen, informanten, informasjonen og mulige tolkninger av dette. Jeg beskrev også innredningen og tingene i hjemmet så konkret som mulig, hva som syntes å være dominerende og personlige elementer og preg av bruk. Som hjelp for dette hadde jeg på forhånd laget et "observasjonsskjema" med punkter og plass til å notere. Jeg transkriberte intervjuene fortløpende i de påfølgende dagene. Fordi jeg brukte diktafon kunne dette gjøres ordrett, mens jeg i parentes anmerket måten ting ble sagt på, for eksempel om det var humoristisk, ironisk, fortvilet eller annet.

Bruk av diktafon skapte for meg trygghet nok til å la samtalen flyte, men når jeg transkriberte og reflekterte over det første intervjuet lærte jeg at flyten ikke bare var en fordel fordi intervallene mellom temaene ble for korte. Jeg fulgte derfor rådet om å gjøre notater i tillegg. Dette roet tempoet, det roet meg og ga informantene "naturlige" pauser til å reflektere og fylle ut temaene vi berørte. Å notere ga et signal om at jeg tok på alvor det de sa, og det virket som at dette oppmuntret til videre tale.

Generelt syntes ikke diktafonen å virke forstyrrende i intervjuene. Bare ved ett tilfelle ble informanten mer forsiktig og formell når intervjuet startet. Hun svarte forholdsvis kort, syntes avventende og lurte på om hun snakket for mye. Mine forsikringer og oppfordringer til fri prat beroliget henne noe, men lange, sammenhengende ytringer uteble. Jeg vet ikke om dette skyldtes diktafonen og/eller hennes forventninger til informantrollen, eller også personen selv. Samtalepreget kunne riktignok representere brudd med forventninger til hva et intervju "er". I det siste intervjuet utbrøt informanten "*Jeg skjønner ikke at du får noen ting ut av dette her, altså. Jeg driver jo med forskning jeg også, men jeg må stille spørsmålene mine sånn at jeg får helt greie svar.*". Strukturen er jo ikke alltid like synlig for den som blir intervjuet, selv om den ligger under som tematisk ramme og styres av forskeren. Jeg hadde i innledningen fortalt at intervjuet ville ha et samtalepreg og at fri tale var ønsket, men overfor

enkelte kan det være at jeg skulle ha brukt mer tid på å presisere forskjellen fra surveyformen eller strukturerte forskningsintervju.

I andre tilfeller fungerte diktafonen som en språklig bevisstgjør. For eksempel skjedde det flere ganger at informantene oversatte kroppsspråk til verbale ytringer fordi *"dette synes jo ikke på bånd!"*. Jeg fikk ord og begreper som jeg ellers kanskje ikke ville ha fått.

11 intervju har totalt gitt et datamateriale som består av ca. 30 timers tapede data, i snitt ca. 30 transkriberte sider pr. informant med enkel linjeavstand. I tillegg består materialet av ca. 40 sider feltnotater og et lite fotoalbum med rundt 5 bilder pr. informant.

## **Å forske på sine egne**

Møtet mellom intervjuer og informant er av stor betydning for påliteligheten av kvalitative undersøkelser. Gjennom teknikker for å fremme dialog er jeg som forsker medskaper av mitt eget analysemateriale, noe som er nødvendig, men dersom det ikke reflekteres over, kan det være problematisk. En forsker er en forskningsbetingelse, og det er derfor en viktig oppgave å legge frem hvem forskeren er, reaksjonene underveis, hvordan intervjuet har fungert og vurdere hvilken betydning dette kan ha hatt for arbeidet og det endelige produktet (Fog, 1994).

Det var et privilegium for meg at de fleste informantene var ordrike og ivrige fortellere. Forskere flest er svært takknemlig for slikt (Kvale, 1997). Naturlig nok opplevde jeg disse møtene mest fornøyelige, engasjerende og entusiastiske. Samtidig var ikke alltid talestrømmene interessante i forhold til det jeg ønsket å fokusere på, men av redsel for å ødelegge "talegleden" avbrøt jeg sjelden, noe som bidro til å gjøre intervjuene lenger enn beregnet. Informantene tok heldigvis "overtid" med godt humør, de skyldte gjerne på sin egen pratsomhet og en hyggelig situasjon. I møtene med de mer tilbakeholdne ble samtalene i større grad preget av spørsmål og svar. Jeg følte at de ikke selv hadde noen glede av samtalen, og dette gjorde det tynge, men ikke mindre interessante i analytisk forstand.

Selv om jeg informerte om prosjektet i innledende telefonsamtaler, var det nok knyttet en viss spenning til det å åpne dørene for meg. Hjemmene fremsto alltid svært ryddige og gjerne med levende lys på kveldstid. I mitt stille assosierte jeg ofte med boligvisninger der hjemmet er gjort så innbydende som mulig for å fremme salg. Innledningsvis la jeg derfor vekt på å ufarliggjøre min rolle og i noen grad kommunisere likeverd ved å presisere at jeg ikke var der for å vurdere, at jeg slett ikke var noen ekspert på hjemmeinnredning, men at

også jeg interesserte meg for interiør. Dette gjorde jeg fordi et prøveintervju avdekket at forbrukselementet ved innredning kunne være knyttet til moralske fordommer. Gjennom blant annet å rose hjemmene (hvilket var vanskelig ikke å gjøre!) og vise nysgjerrighet i forhold til hvordan de tenkte, var jeg opptatt av å behandle informantene som en ressurs på innredning. Min erfaring var at disse innledningene skapte en vennlig, avslappet og trygg atmosfære som gjorde informantene "tjenestevillige", og som nevnt, ofte svært ivrige i rollen.

Også under intervjuet var jeg opptatt av å vise aksept og skape tillit i den hensikt å fremme dialog, for eksempel med respons av typen "det forstår jeg godt", "er det ikke typisk" og "ja, den var kjempefin". For å skape nye retninger i samtalen eller få noe utdypet, kunne jeg eksemplifisere med noe jeg hadde lest eller selv erfart, som informanten kunne spinne på. Slike tegn på felles forståelse og innlevelse skapte gjerne informasjonsrike sekvenser.

Ytre sett kunne intervjusituasjonene arte seg som "venninne-på-kaffe-besøk". Velkomstene var uformelle i tonen og det var gjerne gjort i stand kaffe eller te, ofte også noe å spise. Til tross for at jeg ikke kjente noen av dem, følte jeg i de fleste tilfellene at jeg ble mer mottatt som en bekjent enn som en forsker. Fordi det ikke bare forekom i tilfellene med felles bekjentskap, tror jeg dette har sammenheng med felles kunnskap (eller manglende kunnskap) om former for samvær (Album, 1996). Jeg ble tatt i mot slik det er vanlig å motta gjester i sitt private hjem. Møtene ville nok ha vært mer "forretningsmessige" dersom de for eksempel hadde foregått på informantens arbeidssted.

Min egen demografiske likhet var sikkert også av betydning for at situasjonen fikk den karakteren det fikk. Som kvinne i 30-årene, småbarnsmor og høyere utdannet, hadde jeg mange fellestrekk med informantene. Jeg kunne i teorien vært en venninne. I noen tilfeller ble jeg også innlemmet i et vi eller oss i utsagn som "vi er heller sånn" og "du synes sikkert også det", uten at jeg hadde fortalt stort om meg selv. Likheten syntes å være en fordel fordi det er lettere å snakke om hva man liker og ikke liker blant likesinnede. Totalt sett opplevde jeg informantene som svært informative, oppriktige og fortrolige i dette henseende. Åpenheten overgikk ofte mine forventninger. Regelen om at "like barn leker best" kan som Repstad (1994) sier, også være knyttet til forholdet mellom forsker og informant.

På den andre siden kan "likheten" også ha skapt effekter jeg ikke forutså. På temaet aversjoner ble det i et par tilfeller innledet med "Nå håper jeg ikke du har en sånn..." og "Jeg vet jo ikke om du liker det, ." Utsagnene kunne generelt bli mer forsiktige og "politisk

korrekte"<sup>17</sup>. Det kan være at likheten skapte "forurensning" på den måten at de tok større personlige hensyn enn om jeg hadde vært en tydeligere "utenforstående" forsker. Jeg kunne imidlertid vanskelig være noe annet enn meg selv ansikt til ansikt med de forskjellige. Det subjektive elementet er generelt en uunngåelig side ved kvalitativ metode (Fog, 1994). Jeg tror imidlertid at informasjonsrikdommen i mitt prosjekt ikke står tilbake for det en "utenforstående" ville ha fått. Som "lik" kunne jeg likevel være nysgjerrig; Jeg forsøkte å forstå hvorfor vi gjør som vi gjør, jeg stilte meg litt naiv, og dette syntes å skape motivasjon for å hjelpe meg.

Et kritisk punkt er hvorvidt min likhet kan ha ført til problemer knyttet til inneforståthet eller en gjensidig aksept av det som ikke uttales blant like (Nørve, 1983b). Jeg tror flere informanter forventet at jeg delte deres forståelsesramme. Språket som ble brukt var preget av metaforer. Vage, flertydig begrep og formuleringer gjentok seg og betegnet tilsynelatende forskjellige ting. Når jeg ba om utdypninger kunne de reagere noe oppgitt. Selv om de forsøkte, kunne de også gi en kommentar om at "du forstår hva jeg mener!" Ofte følte jeg også intuitivt å forstå uten å ha blitt forklart, noe som tidlig varslet om at jeg sto i fare for å ta det innlærte for gitt (Ehn og Löfgren, 1982). I mine anstrengelser for å unngå dette, ble jeg slett ikke mindre fokusert på utdypninger. Jeg formulerte prober i en unnskyldende form, av typen "det kan høres rart ut å spørre på denne måten, men..". Teknikken skapte større aksept. At jeg likevel følte at utdypninger var noe ufint og vanskelig, tror jeg skyldes at jeg brøt samtalenormen for innredning ved å tydeliggjøre min forskerrolle. Problemet tilskriver jeg imidlertid også min usikkerhet og manglende forståelse i de første intervjuene. Selv om jeg "kunne" intervjuguiden, skulle jeg stille åpent, og dette innebærer møte med det ukjente. Redd for å gå glipp av noe fulgte jeg opp det meste som ble sagt og hadde urealistiske forventninger til "klart svar". Dette viste seg å være et effektivt middel for å drepe enhver fortellerglede. Som én tolket sine vanskeligheter med å klargjøre hva hun mente: "Kanskje jeg ikke er så interessert i hjemmeinnredning likevel?".

Med mer erfaring ble jeg tryggere i rollen, mer overbærende og dermed "flinkere". En viktig lærdom var å utvise større sensitivitet ovenfor informantene og det språket de benyttet

---

<sup>17</sup> Hadde informantene faktisk sett hjemmet mitt, tror jeg de ville vært enda mer forsiktige om sine preferanser. Ulikhetene ville i mange tilfeller vært for tydelige til at "samforståelse" kunne oppnås. Under et prøveintervju der min bekjent hadde en helt annen stil enn meg, opplevde jeg nettopp dette som en stor forstyrrelse. Problemer med synlige spor av ulikhet mellom informant og forsker er blant annet beskrevet av Marianne Gullestad (1984). Hun inviterte informantene hjem til seg, og ble etter dette ikke en av dem på samme måte som før.

om hjeminnredning. Det som begynte som en frustrasjon over at samme begrep og forklaringer kunne brukes om tilsynelatende svært forskjellige ting, og opplevelsen av brudd når jeg ba om nærmere forklaring, ble til en erkjennelse av at det finnes et felles "hjeminnredningsspråk" som jeg måtte forholde meg til. Dette har i seg selv blitt et poeng som preger analysen. Som Sulkunen (1992) oppfordrer, bør kanskje sosiologien utvise større respekt for hva folk tenker og sier om sine omgivelser fordi hverdagsspråket inneholder viktige representasjoner av den sosiale verden.

Som et enkeltstående møte mellom en forsker og en informant som er ukjente for hverandre, kan situasjonen sies å være noe konstruert, og en intervjusituasjon er ikke unntatt representasjon. Den intervjuede (og intervjueren) kan for eksempel forsøke å gi uttrykk for seg selv på en måte som gir et fordelaktig inntrykk (Goffman, 1974). Sammen med at folk ofte er forsiktige med å uttale seg om forhold som har med smak å gjøre, vil dette studiet kanskje dreie seg om hvordan informantene velger å fremstille sitt forhold til hjemmeinnredning. Dette er interessant fordi vi kan anta at det gir kunnskap om kulturelle normer og tenkemåter. Ved å være tilstede på "scenen", ved å kunne sammenholde det verbale og det visuelle, mener jeg imidlertid å ha fått en utvidet forståelse av feltet. Relasjonen mellom informant og ting, hvilke ting, symbolske betydninger, sammensetninger av ting, hva informanten fremhevet, men også hva hun "feide bort" var noe jeg kunne observere og eventuelt spørre om. Jeg følte å komme litt "bakenfor sceneteppet", få bredere datagrunnlag og følgelig en bedre helhetsforståelse enn om undersøkelsen hadde foregått rent verbalt, på nøytral grunn. Jeg tror også lange intervju bidro til dette fordi kvinnene åpnet seg mer når samtalen hadde vart en stund. Også de måtte bli tryggere i rollen.

## **Analyse og systematisering av data**

Med en forholdsvis induktiv tilnærming, har temaer, mønstre og analysekategorier vokst frem underveis i prosessen. Gjennom innsamling og transkribering hadde jeg blitt så kjent med materialet at når denne delen av arbeidet var gjort, var jeg også langt på vei med bearbeiding og systematisering. Med et fenomenologisk utgangspunkt sorterte jeg etter alle spørsmålene i intervjuguiden, dernest etter fremtredende temaer, språklige (emiske) uttrykk og meninger. Denne kategoriserende analysen ble gjort langs det enkelte intervju, og så sammenholdt på tvers av utvalget. Datamatriser var til stor hjelp for å se hvordan informantene fordelte seg på



forskjellige kategorier og dermed klargjørende for å se fellestrekk og sammenhenger. Jeg samlet dette i en ”analyse-perm” som jeg stadig konfererte med, og bygget ut.

I hovedsak gikk arbeidet ut på å finne meningsfulle måter å kategorisere materialet på. Systematiseringen begynte altså med det konkrete, og fortsatte mer analytisk gjennom økende kjennskap til, og oversikt over materialet som helhet. Min største interesse var knyttet til de strukturene, mønstrene og uttrykksformene som var felles for utvalget.

Forskning handler som kjent alltid om valg, hvilket ofte innebærer at kameler må svelges og babyer begravnes. Det ble etter hvert innlysende for meg hvilke temaer jeg følte ”ropte” etter oppmerksomhet og hvilke temaer jeg måtte la gå i denne omgang.

De analytiske rammene jeg følger var klare og skrevet ut forholdsvis kort tid etter datainnsamlingen. Fordi oppgaven ble liggende i flere år før den nå ferdigstilles, har jeg selvfølgelig gått igjennom materialet og analysearbeidet på nytt. Fremfor at nye analysekategorier oppsto, medførte dette snarere en reduksjon av de som var.

I løpet av årene som har gått siden innsamlingen startet, har moten endret seg<sup>18</sup>, flere vegger rives og tv’n er blitt flat. Det jeg finner interessant er at måten å snakke om interiør på fortsatt synes å være gyldig.

Intensjonen med denne oppgaven er ikke å stadfeste bestemte betydninger i forhold til hjemmeinnredning, men som nevnt å utforske feltet (Patton, 1994). Jeg håper analysen bidrar til en bedre forståelse av handlingsfeltet for det å skape et hjem. Materialet er riktignok basert på en ressurssterk middelklasse i en etableringsfase, men jeg tror ikke de forestillinger og symbolske representasjonene som disse forvalter kun er gyldige for denne spesifikke gruppen. Vi møter vanlige kvinner i deres roller som hjemmeinnredere. Alle som har et hjem er også det, om interessen er av større eller mindre grad. Dersom du som leser oppgaven kjenner deg selv igjen, føler at dette er til å tro på, vil det være det beste tegnet på studiens gyldighet.

---

<sup>18</sup> Skal jeg dømme ut fra trendrapporter, bilder og tekster i interiørblader og aviser, er for eksempel gamle møbler som ikke fås kjøpt i butikken fremdeles av stor interesse. Fremdeles er gamle ”bymøbler” og ”bondemøbler” med, men er ikke like populært som på 90-tallet. Det nye er gamle (”retro”) møbler fra 50 og 60-tallet som spesielt appellerer til unge ”designbevisste” forbrukere. Dette viser også en masteroppgave i kulturhistorie av unge, urbane hjem fra 2005 (Kristiansen, 2005).

# Å skape et hjem

Fra parkeringsplassen snor en liten grusvei seg idyllisk forbi noen hus og trær før den leder frem til eneboligen hvor Line bor med mann og to små barn. Det er ikke mer enn et år siden de flyttet inn og selv om hun er veldig fornøyd med huset, skildrer hun den nye livssituasjonen på en noe ambivalent måte:

*"Dette er første stedet vi har bodd hvor vi på en måte har slått oss litt til ro. Det er jo uventet etter å ha vært ungdom, studert og bodd her og der, og plutselig bor et sted hvor man har et hus! Det er veldig stor overgang synes jeg. Jeg føler meg litt sånn rik på en måte, at dette er mitt hus, at jeg er glad i det og det er et hyggelig sted å være, og jeg skal sette mitt preg på det. Men som får meg til å føle meg veldig voksen, da vet du (latter). Nå er jeg voksen! Nå er det liksom ikke noe snakk om at jeg kunne flytte hjem igjen. (...) Også er det alle oppgavene, og det at man har unger og sånn. Det er noe hele tiden. Jeg har bare hørt det før, at det er noe hele tiden, ikke sant. Du har egentlig ikke tid til å sette deg ned noen gang. Også er det alle nye ting du skal sette deg inn i. For det første er det beslutninger du skal ta om farger og materialvalg, hvordan vil du ha det, og hvordan vil det bli hvis du valgte helt motsatt. Hvordan vet du at det er det riktige, ikke sant, når man ikke har noen erfaring. Så i tillegg skal du begynne å lære deg om rododendron, om roser og (...) Så det er litt overveldende å ta alt på en gang." (Line)*

Hvorfor føler hun at dette hjemmet forplikter mer enn det de hadde før?

*"Det er fordi jeg føler at dette er et hjem på en annen måte. Mer permanent. Dette er et familiehjem. Den leiligheten var et sted vi kjøpte... vi hadde ikke kjent hverandre så lenge, vi hadde jo ikke tenkt på barn engang, ikke sant. Så det var en helt annen livssituasjon" (Line)*

Line befinner seg i en periode av livet der forandringer har skjedd fort. Jeg bruker henne som innledning fordi hun gir en betegnende skildring av en hektisk livssituasjon som de fleste informantene befinner seg i. Fordi den er så ny for henne, har hun en klar bevissthet omkring de brytninger og utfordringer hun opplever, ikke minst knyttet til det å skulle forvalte et familiehjem. I det følgende skal vi se nærmere på noen av temaene hun berører i forhold til hva som synes å påvirke informantene i prosessen med å skape et hjem. Forestillinger rundt

familiehjemmet til forskjell fra før-familiehjemmet er interessant og vi starter der. Andre føringer på prosessen vil jeg knytte til samtidens opptatthet av det personlige interiøret.

## **Fra "her og der" til et permanent og ordentlig hjem**

Line har fortalt en etableringshistorie. Ytre sett følger den et tradisjonelt mønster i vår kultur, et mønster som også er typisk for flertallet i utvalget. Informantene forteller om en periode av livet der mye har endret seg på forholdsvis kort tid. De har zappet rundt i livet med utdannelser, jobber, oppholdt seg på forskjellige steder, noen også i utlandet, kjøpt eller leid forskjellige boliger, flyttet sammen med kjæresten, giftet seg, fått det første barnet, fått flere barn og etter hvert flyttet til større boliger på barnevennlige steder. Med ett enslig unntak (Janne) er de småbarnsmødre som mener at hjemmet er viktigere for dem nå enn det var før. De har slått seg mer til ro, og dette opplever Line og flere som en kontrast og en overgang i livet.

Informantene ønsker ikke å slå seg til ro i hva som helst. En enebolig topper boliggrangeringen til samtlige;

*"Alle i min familie har i alle år bodd i enebolig, så jeg kan ikke helt se for meg noe annet. Men det spørs på prisene, så jeg beveger meg ned mot sånt rekkehus i ende, helt usjenert, med god isolasjon (latter). Men enebolig er jo målet." (Nora, nyetablert)*

Et eget hus blir assosiert med et ordentlig hjem. Det mest "riktige" for en familie. Her kan barn og voksne leve og utfolde seg slik de selv finner det best. Enten har eneboligen vært, eller så er den fortsatt målet i etableringen til informantene.

De som ikke har kommet i mål kaller jeg de nyetablerte<sup>19</sup>. Nora, Kristiane og Janne bor ikke i tråd med idealene sine til et permanent hjem og de betrakter det nåværende bare som en begynnelse:

*"Vi hadde aldri eid noe før, så vi måtte jo begynne nederst (...) Dette blir jo for trangt etter hvert, men foreløpig må vi klare oss. Det er liksom pengene det står på. Dette er liksom første stedet vi bor, og hvor vi bor uten å tenke på hva vi skal etterpå." (Kristiane, nyetablert)*

---

<sup>19</sup> De nyetablerte befinner seg også i hva vi kan kalle forskjellige stadier av etablering. Janne bor fremdeles alene, Nora og familien leier boligen sin mens Kristiane og familien har kjøpt sin første bolig.

Mens de nyetablerte tydelig kommuniserer at de er på vei, at de ikke er ferdig etablerte, gir de øvrige åtte informantene uttrykk for permanens i boligsituasjonen. Ikke alle mener de innehar selve drømmehjemmet sitt, men de eier sine egne hus. Jeg kaller dem de veletablerte fordi de individuelt, kulturelt og normativt sett bor i tråd med boligidealene. Som Ylva sier etter flere år på flyttefot:

*"Jeg har kommet hjem. Jeg er veldig opptatt av å lage vårt hjem her og dette skal bli et ordentlig hjem for ungene mine som er veldig hjem, altså. En venninne er veldig på meg der at jeg er nok veldig sånn redebygger (...) Jeg har nok en veldig romantisk forestilling om dette."*  
(Ylva, veletablert)

Informantene befinner seg altså på noe ulike stadier i boligetableringen der de nyetablerte er på vei mot en bedre bolig, mens de veletablerte har kommet fram. Hvor de er, preger fortellingene om, og forklaringene av hvorfor hjemmet er utformet slik det er. I dette er det et fellestrekk at de sammenligner det de har med forestillinger om hva som er og hva som gjør et ordentlig hjem. En tydelig holdning er dette at til forskjell fra hjemmene en bare er innom, krever et ordentlig hjem ordentlig innredning.

## **Et ordentlig hjem innredes på ordentlig**

*"Jeg er nok sånn at jeg kan unnvære ting lenge, men når jeg først skal ha noe, da vil jeg ha det ordentlig"* (Line, veletablert)

Det ordentlige hjemmet blir av informantene assosiert med familie, enebolig og permanens. Det er der en skal slå seg til ro, eller "komme hjem" med Ylvas ord. Et ordentlig hjem assosieres også med noe seriøst, noe en tar på alvor. Oppfatningen er at dette hjemmet krever noe mer, og er et større ansvar å forvalte enn det midlertidige hjemmet.

Tanker om innredning følger i samme baner for alle informantene: Et ordentlig hjem skal innredes på ordentlig. De nyetablerte mener for eksempel at de kommer til å bli mer kritiske til hva de vil omgi seg med når de får et permanent hjem. Selv om de er fornøyde med stuen sine, har de innredet ut fra et kort tidsperspektiv. Hjemmet skulle fungere her og nå og det har handlet om å få ting raskt på plass til en rimelig pris. Slik skal det ikke gjøres i et ordentlig hjem:

*"Hvis jeg skulle flyttet i et hus så hadde jeg sikkert gjort mye mer for å pusse opp gamle ting eller jobbet mer med sånn som jeg ville hatt det permanent. Her er jeg bare innom føler jeg."*  
(Janne, nyetablert)

De veletablerte mener på sin side at de har blitt mer kritiske. Før hadde de i likhet med de nyetablerte ikke vært så nøye, de skulle bli fort ferdig, hadde lite penger, osv., men nå skulle det bli mer ordentlig, mer varig, mer sånn som de ville ha det. Kontrasten til den føretablerte tilværelsen er en viktig faktor når de veletablerte forteller om orienteringene sine:

*"Jeg vil på en måte ikke fortsette hybeltilværelsen og kjøpe litt nå og da. Jeg vil prøve å se litt i lengre perspektiver når jeg skal investere her i stuen."* (Else, veletablert)

Til forskjell fra før, er det nå viktigere at det blir riktig enn at det "bare er noe der". At de mener å ha blitt mer interesserte i, og bevisste på innredning kan som noen foreslår ha sammenheng med alder, erfaring og mer penger. De fleste gir uttrykk for at det knytter seg spesielle betydninger til det å ha fått et hus der familien skal bli boende. Med vilje til å bruke større summer på hjemmet, skjerper de smakspreferansene sine og orienterer seg i markedet mer kritisk enn før. "Når du begynner å pusse opp et hus, så ser du hvor mye fint som finnes", sier Ylva med henvisning til dette. Mens den nyetablerte Nora utnytter situasjonen til å "få prøvd ut smaken sin", er eksperimentering noe de veletablerte er forsiktige med. Når de gjør noe eller kjøper noe, er det i håp om at det skal vare lenge. De fleste sier de bruker lang tid på å ta beslutninger og kjøper ikke lenger på impuls.

Hvor informantene er i etableringen gir som det fremgår ulike begrunnelser for hvorfor innredningene er som de er. Ut fra hva de sier fremkommer det ordentlige som et viktig skille mellom det før-etablerte og det etablerte. Etter hva jeg kunne observere ved besøk i hjemmene, er forskjellene ikke umiddelbart synlige. De har alle nedlagt mye arbeid i å pusse opp og innrede med smått og stort. I det nyetablerte som i det veletablerte hjemmet passet farger, møbler og tekstiler til hverandre. Selv om innredningene var noe forskjellige, syntes hver og ha en gjennomført helhet og en stil de likte. Dersom dette kan fungere som et kriterie, var det ingenting som tilsa at noen bodde mer midlertidig enn andre. Alle hjemmene fremsto på hvert sitt vis som "ordentlig" innredet. Begrunnelsene er likevel forskjellige og jeg tror dette har sammenheng med at passende standard og identifikasjon med boligen er knyttet til faser i livsløpet (Kjølørød, 1981). Mens det ikke forventes annet enn midlertidige løsninger i

et midlertidig hjem, øker kravene til representasjon i et ordentlig hjem. Forskjellige sett av normer knyttet til forskjellige etableringsnivåer, gir forskjellig rasjonalitet i begrunnelsen av valg. Et gardineksempel kan tydeliggjøre dette:

*"Da jeg kjøpte gardiner var det litt sånn panikkartet. Vi visste at dette var en midlertidig plass vi skulle bo, og skulle ikke legge ut for mye penger. Så hvis vi kjøper oss et hus og pusser opp stua, så ville jeg heller bo et halvår uten gardiner enn å kjøpe noe på sparket som jeg gjorde nå." (Nora, nyetablert)*

*"Nå har det blitt sånn, ja, heller være uten enn å ha noe midlertidig. Sånn var jeg ikke før. (...) Jeg tror det blir litt sånn etter hvert at du er lei av å kjøpe ting som du synes er halvveis, og så venter man heller, enten til man har råd til noe ordentlig eller at du finner noe som du virkelig liker. (...) Så nå skal jeg ikke kjøpe gardiner for det er mulig vi skal ommøblere. Når jeg ser akkurat hvordan vi skal ha det, så skal jeg kjøpe gardiner til det." (Mona, veletablert)*

Den nyetablerte Nora og den veletablerte Mona kommuniserer begge misnøye med gardinene sine. De bor med dem likevel, og oppgir altså ulike grunner som svarer til ulike bosituasjoner.

Kjølørød (1981) har skrevet at en sosialiseres til å akseptere gjeldende regler og forståelse ved å følge kulturelt sett riktig etableringsmønster. En blir del av et meningsfellesskap der en betraktes av andre og seg selv som et fullverdig medlem av samfunnet. Kjølørøds perspektiv synes interessant og nyttig som forståelseshorisont. Informantene ønsker å gjenskape sine visjoner om det ideelle familiehjemmet. Felles boligidealer tyder på at de følger et etableringsmønster som i Norge tradisjonelt og normativt er forbundet med ordentlighet og vellykkethet (Øye i Prognosesenteret i Aftenposten 21.2.99, Rolness, 1994, Gullestad, 1989). Holdningene i utvalget styrker påstanden om at det gamle bildet av kjernefamilien med eget hus og hage består selv om levemåten har forandret seg (Bergan og Dysthe, 1994). Blant informantene fremkommer det som det riktige for en familie å bo i enebolig samt at en gjør det beste ut av den. Ordentlighet skal prege den ordentlige etableringen. Det stilles ikke spørsmål til dette fokuset, og jeg vil forstå det som en tilslutning til kulturelt foreskrevne normer og verdier. Analogt med Kjølørød kan det stereotyp formuleres som at de søker å bli ordentlige ved å bo ordentlig.

Hva betyr så ordentlig? Jeg tror ikke det finnes noe entydig svar på det. Informantene bruker ofte "ordentlig" eller "skikkelig" som en konseptualisering av forestillinger om det foretrukne til forskjell fra det mindre foretrukne. Et fellestrekk synes å være at det ordentlige

er et symbolsk begrep som står for noe gjennomtenkt og gjennomført, noe bedre og mer kostbart enn det de har villet, eller vil skifte ut. Det er ellers ulikt hva den enkelte faktisk ser for seg som noe ordentlig. Et begrep Bordieu (1996) benytter, og som jeg forklarer nærmere senere, er eufemisering. Det ordentlige kan sees som en eufemisering av for eksempel den økonomiske dimensjonen som ligger i dette. Midlertidighet versus ordentlighet kan forstås som billig versus dyrt, og det vil for eksempel være mer akseptabelt å verbalisere et ønske om noe ordentlig fremfor noe dyrt. Det ordentlige kan også forstås som eufemisering av noe verdig, noe vellykket eller annet det kan være verdt å streve etter. Det ordentlige fremstår som del av en utydelig sosial retorikk i tilknytning til innredning. Som Nørve (1983b) har skrevet om hverdagsretorikken i forhold til begrepet praktisk, er vage, litt uklare uttrykk typiske og velegnet i samtaler mellom folk nettopp fordi de ikke fremmer individuelle forskjeller. En viser til en fellesakseptert verdi uten å spesifisere nærmere hva en legger i det. Retorikken blir dermed en måte å overkomme sosial ulikhet på (Nørve, 1983b).

Med Ehn og Löfgren (1982) kan vi se det ordentlige som et symbol eller en tankefigur som er til hjelp for å sortere følelser og ideer. Et begrep som sier noe om den orden hjemmet representerer (Dovey, 1985). Noe er ordentlig og annet er det ikke. Noe representerer orden, annet representerer uorden eller kaos (Douglas and Isherwood, 1979). I en likeartet kultur har en sannsynligvis en overensstemmende oppfatning av hvordan det ordentlige skal forstås. Det finnes sannsynligvis også en oppfatning om når (symbolene for) det ordentlige skal gjelde. Jeg synes informantenes etableringstanker er tegn på dette, også i det følgende der ordentlig etablering knyttes til voksenlivet.

## **Et hus til å bli voksen av**

Gullestad (1989) har pekt på at forming og omforming av hus er nært knyttet til familiens utviklingssyklus og til individets livsløp. Dette er tydelig i det innledende sitatet hentet fra intervjuet med Line. Som vi så, hadde hun nylig flyttet inn i det hun omtalte som et familiehjem. Det er et ordentlig hjem som hun føler må innredes på ordentlig. Hun føler seg rik, men skildrer også situasjonen i termer av en usikker overgangsfase der hun går fra å være ung til å bli voksen. Huset representerer og manifesterer en ny livsfase, en ny identitet, nye orienteringer og større ansvar.

Line er ikke alene i utvalget om å føle at det ordentlige hjemmet nærmest er en bolig til å bli voksen av. Assosiasjonene rundt det ordentlige hjemmet trekkes ofte og gjerne mot det

voksne, det etablerte og småborgerlige, i tillegg til en bedret økonomisk evne. Informantene knytter boligen sin til forestillinger de har hatt om hvem som bor i slike hjem og sammenligner seg med det, på godt og på mindre godt. Kari følte seg for eksempel for ung til huset de kjøpte av eldre familiemedlemmer:

*"Det var nok litt av problemene i begynnelsen, at det var litt for svært til meg (...) Det er 7 år siden vi flyttet inn. Med små barn og. Jeg var litt yngre og det var litt for tidlig å ha så stort hus, så flott liksom." (Kari)*

Både Line og Kari illustrerer at det ligger noen motsetninger i det å etableres i et ordentlig hjem. Statusen som følger huset er på den ene siden ønsket, men i "huspakken" inngår også noe som kan være litt vanskelig å slutte seg til. Flere kommuniserer, om det er med alvor eller humor, en form for motstand mot den kategorien de føler å ha havnet i ved å bo slik de bor. Som Ylva sier;

*"Mange går forbi et svært hus med en stor hage med et gjerde rundt, og det er jo veldig sånn borgerlig og rikt. Og det hater jeg, den delen av det. Den synes jeg er helt pyton! Når jeg flyttet inn her så spurte jo naboen om jeg var praktikanten (latter). Det tok jeg som et stort kompliment." (Ylva)*

Ylva vil ikke assosieres med det som kan oppfattes som snobbete. Flere kommuniserer ambivalens i forhold til dette, og til å være i en kategori de har forbundet med noe som ikke lenger er på vei, som er tradisjonelt, noe fast, forankret, kjedelig og traust. På forskjellige måter snakker informantene seg mindre snobbete og mindre delaktig i det som assosieres med det voksne og etablerte "forstadslivet":

*"Det var jo en sjarm å bo i byen. Der var det så livlig og så hyggelig og veldig spennende mennesker, altså. På en måte betydde ikke alle andre ting så fryktelig mye...altså, hva man hadde og sånn. Her blir det jo litt sånn småborgerlig, ikke sant. Kan savne det. Veldig. Det litt eksotiske er det jeg savner her." (Hanne)*

Forskjellen mellom før og nå synes for flere å være en viktig del av fortellingen om forholdet til hjemmet sitt i dag. Gjennom dette gir de uttrykk for et reflektert forhold til dagens situasjon, hvordan de bor og hvordan de fremstår. Om nostalgien er tilstede, ønsker ingen seg tilbake. I likhet med Line, er de nå i "en helt annen livssituasjon".



En måte å tolke disse tegnene på motstand på, er at de er et uttrykk for et spenningsforhold mellom individ og samfunn (Corrigan, 1997). Hjemmet knytter sammen det kulturelle som er felles, med det individuelle som er unikt. På den ene siden følges en felles normativ konsensus for passende bolig og boligstandard i livsfasen (Kjølsrød, 1981), på den andre siden motsetter en seg å bli klassifisert i henhold til en statisk rolle (Bordieu, 1995). De er ordentlige, voksne, etablerte, osv. men de er ikke bare det, og de nyanserer bildet ved å vise til bevegelse og refleksjon. Motstanden kan forstås som en måte å hevde individualitet innenfor en gjeldende kulturell orden. Om dette dialektiske forholdet mellom individ og samfunn, mellom likhet og særegenhet, skrev Simmel allerede i 1902,

Det moderne livs dypeste problemer springer ut av at individet krever å få bevare sin selvstendighet og egenart overfor samfunnets overmakt, den historiske arv og livets ytre kultur og teknikk (Simmel i Østerberg, 1990:87).

Selv om en viss distanse er tilstede, forsøker de veletablerte å skape familiehjemmet i henhold til hva som normativt og tradisjonelt har vært forbundet med 'et godt hjem', ikke minst for barna. At arbeidet med innredningen tas på alvor, at representasjonen har blitt viktigere, er slik jeg ser det en følge av at symbolverdiene ved familiehjemmet og fasen de er i tas på alvor. Sammenlignet med disse, har de jevngamle nyetablerte en mindre forpliktende livsstil innredningsmessig. Midlertidighet beskytter dem fra å bli knyttet til, og kategorisert i forhold til noe endelig og konkret. Sett i lys av dikotomien ung voksen har den veletablerte inntatt voksenrollen og føler å måtte levere, mens den nyetablerte fremdeles kan prøve ut og kvalifisere seg til det som ligger lenger frem.

## **Appropriasjoner og fascinasjoner i forandringens tid**

Gabriel Tarde mente at kulturen overbringes gjennom formene tradisjon og mote. Mens tradisjon plasserer menneskene etter nedarvede skillelinjer, plasserer moten dem i tida gjennom fascinasjon for det nye (Tarde (1903) i Klepp, 2001). Å etablere eller skape et ordentlig hjem synes å ha med tradisjon å gjøre. Den tilsynelatende uendelige skapelsesprosessen som fortsetter innenfor det ordentlige hjemmet er nyere i historisk sammenheng, og blir av mange betraktet som resultat av moten. For eksempel mener Meyer (2001) i sin analyse av klesdrakt, at hyppige estetiske skift og flyktighet er tegn på mote-dominanse i samfunnet, hvilket betyr at man har løsrevet seg fra fortiden for å hengi seg til forandringen og det nye. I lys av begrepsparet tradisjon og mote, synes hjem og innredning å

være påvirket av begge deler. Et viktig element er uansett å gjøre hjemmet til et ”mitt” hjem innenfor den virkeligheten de befinner seg. La oss se hva informantene faktisk gjør.

Et par av informantene har bygget huset selv. De fleste har kjøpt en brukt bolig som de begynte å pusse opp så fort det var mulig. Det typiske er at alle overflatene i boligen har fått ny behandling, ikke minst nye farger. Gjerne har de også gjort mer omfattende og kostbart arbeid, som å bygge om, skifte ut kjøkken og bad eller annet. Mange vrir seg litt i stolen når jeg spør om arbeidet var nødvendig og gir tilkjenne at svaret burde være innlysende;

*"Det er klart, du kunne jo bodd her. Det var ikke sånn at det var ubeboelig. Ikke det, men det går på å sette sitt eget preg på." (Kristiane)*

*"Jeg følte i begynnelsen at jeg ikke var hjemme. At jeg var på besøk hos de som bodde her før. Nettopp derfor så fortet jeg meg å male alle veggene, dekke over og liksom få bort dem." (Kari)*

*"Da vi kjøpte den (forrige boligen) så tenkte vi at fy fillern her trenger vi ikke å gjøre noen ting. Det er alt akkurat sånn som vi vil ha det. Og så ble den aldri vår. Så for at den skal bli vår, så må vi liksom gjøre noe selv." (Annika)*

Informantene mener at det å sette sitt eget preg på boligen, få det ”sånn som de vil ha det” er viktig og naturlig. De så og si maler seg selv inn og de forrige eierne ut. Endringer synes å være et middel til å gi boligen sin signatur og gjøre den til et hjem. Et begrep som blir anvendt innen humaniora og samfunnsfag om denne hjemliggjøringen, er appropriering. Det kommer av appropriare som betyr å gjøre ens eget (Dovey, 1985) og jeg anser dette å være et nyttig begrep for det å skape et hjem og omgangen med ting.

Appropriation is rooted therefore in action, in the dialectical practices of everyday life through which we appropriate aspects of the world as anchors for self identity. The dialectic of appropriation embodies the emergence of environmental meaning through interaction. It is the dialectic between personal change and environmental change, the process through which we change our environment and we are in turn changed by environmental experience (Dovey, 1985:48).

Appropriering handler om å tilegne seg og gjøre hjemmet til sitt gjennom å involvere seg, investere følelser i det, sette sitt preg på det og identifisere seg med det (Dovey, 1985, Korosec-Serfaty, 1987, Rolness, 1995). Når informantene for eksempel maler veggene i huset de har kjøpt, innreder med det de har fra før og det de kjøper nytt, rydder, vasker og "gjør det

koselig" kan det betraktes som approprieringsstrategier for å ta hjemmet i besittelse og la det bli en del av seg. Dette er en pågående prosess som har vesensmessig verdi fordi appropriasjon virker med en utvikling og aktualisering av selvet (Korosec-Serfaty, 1987). Som Mona sier så betegnende midt i en omgjøring av stua;

*"Det å føle seg hjemme må harmonere med hvordan man skal være som menneske." (Mona)*

Med større eller mindre forandringer, på delene eller helheten, er det å skape hjem en stadig pågående prosess for informantene. Først og fremst skjer endringer som en følge av at de ikke lenger er fornøyd med det som er. De kan gjøre det bedre, de vil ha det på en annen måte, eller de vil ha noe nytt. Det typiske er at de gjør "alt" når de flytter inn, at det går litt tid og at de så begynner på igjen med diverse hjemmeprosjekter. Det går, som flere uttrykker det, "i bølger". Hannes beskrivelse av situasjonen sin er svært betegnende;

*Jeg kan si det sånn, jeg gikk så innmari lei. Siste året så har jeg ikke gjort en dritt her (latter). Jeg har ikke gjort noen ting, ikke vurdert noen ting, kanskje at man kunne gjort det noe annerledes, kjøpt noe, kanskje det hadde vært morsomt, eller noen nye puter der eller... Har liksom ikke vært på Ikea engang (latter). (...) Jeg tenker at jeg har jo brukt mye tid, så da synes jeg at nå lar jeg det være og så går det et par år og så kommer jeg til å bli innmari lei av disse stuegardinene og kjøkkengardinene og etter hvert sånne møbler som det er tusen merker i. Og så blir man jo påvirket hele tiden, på trender og farger etter hvert som man ser. Jeg får nye ideer og sånn og plutselig så tenker jeg at jeg får en sånn ny start. (Hanne)*

Det bestående eldes av kvalitetsmessige, men først og fremst av psykologiske årsaker. Nye fascinasjoner oppstår og hjeminnredningen starter på nytt. Det som fremgår når informantene snakker om å sette sitt preg på hjemmet, er at det er en stadig driv i retning av å forandre. Med referanse til mote og Sellerberg (1979), uttrykker informantene en mote-holdning og et "trendenes språk". De forventer at de vil gå lei, forventer at de vil endre på ting og kjøpe nytt. Betraktet i lys av appropriering handler dette om at hjemmet modifiseres og investeres med ny mening ettersom omgivelsene endres og de inkorporerer forandringene utenfra i egen identitetsforståelse. Fascinasjonen for nye trender og ting blir således en måte å være i verden og tida på, en markering av at en ikke har stoppet opp, men følger med i tida (Sellerberg, 1979). Ved å ta det hjem og gjøre det til sitt, aktualiserer det hennes litt fornyede selvidentitet.

Personliggjøring eller individualisering er aspekt ved appropriering og kommer av et generelt behov for å differensiere (Korosec-Serfaty, 1987). Informantene er også svært opptatte av at deres hjem har en personlig vri i kraft av bare å være deres, at det representerer hvem de er og hvem de ikke er. Et personlig hjem er deres ideal, og dette er i tråd med dagens trender og normer for riktig innredning. Som tidligere beskrevet er budskapet at hjemmet skal innredes på en personlig måte, en skal fri seg fra regler og følge sin individuelle smak. I praksis fremtrer dette som en utfordring, kanskje nettopp på grunn av forandringsinteressen.

## Forandring fryder?

*Jeg synes det er veldig morsomt med forandring og pusse opp. Jeg elsker det! Synes det er helt festlig! (Mona)*

"Forandring fryder" er et ordtak som kan synes passende til informantenes aktivitet i hjemmet. I fortellingene fremkommer som nevnt en stor åpenhet for nye fascinasjoner. De vurderer og fantaserer og er ofte på søken etter inspirasjon, hos andre, i butikker og ikke minst i interiørblader. Når jeg for eksempel spør Kari om hva hun synes om det å kikke i butikker og sånt, svarer hun:

*"Å kjempegøy! Det er hobby! Det er gøy det! Jeg ser jo veldig mye i interiørblader, da. titter og blar, ikke sant. får litt ideer her og litt der. Jeg kjøper nesten hver uke (latter). Det er deilig å sitte og bla i et interiørblad. Da kan jeg drømme...kose meg...og hente ideer. Helt supert det, altså." (Kari)*

Og når jeg spør Else om hva hun synes er mest spennende med interiør, svarer hun:

*"Eh, ja litt vanskelig spørsmål. Jeg elsker å sitte og se i møbelkataloger og sånn jeg. Sitte og drømme. Så det er kanskje veldig spennende med interiør. Altså, det er ikke alltid man får resultatet liksom, for økonomien stopper jo det, men få litt ideer og sånn." (Else)*

Hjeminnredning står for noe svært interessant, spennende og morsomt. Ikke minst kommuniseres det stor fryd rundt det å "drømme" seg bort i interiørblader og interiørstoff. En endring av ordtaket til "forandring frustrerer" kunne imidlertid også ha vært passende, for opplevelsen av å innrede blir i stor grad beskrevet med uttrykk som strevsomt, frustrerende, tidkrevende og dyrt. Det positive er knyttet til å fantasere, hente inspirasjon, tenke ut nye

løsninger, finne de tingene de vil ha og bli fornøyd med resultatet. Det oppleves negativt når de etter å ha investert tid, penger og/eller krefter ikke blir fornøyd, når de blir raskere misfornøyd enn forventet, eller når de ikke finner det de vil ha eller hvordan de vil ha det i utgangspunktet. Hjemmeinnredning synes derfor å arte seg som en utfordring der tilfredsstillelse og fornøydhets hele tiden er truet av utilfredsstillelse og misfornøydhets.

*"Jeg slites av at jeg gjerne er litt perfeksjonist, at jeg gjerne vil at det skal bli veldig bra. Sånn som med den grønnfargen nede, så er det sånn at selv om det ble en fin grønnfarge, så klarer jeg ikke helt å slå fra meg at jeg kanskje skal male det om i en annen farge om en stund, ikke sant. Så jeg klarer liksom ikke å se helt definitivt at nå er jeg ferdig med det. Ja, det er kjempevanskelig." (Line)*

*Det er et eller annet som skjer. Hvor du tenker at i all verden hvorfor henge jeg opp disse gardinene her en gang i tiden. De var jo ikke noe fine i det hele tatt! Ikke sant. Det er jo ikke sånn jeg vil ha det! Ja, jeg går og tenker veldig mye på det. Det plager meg ofte litt sånn... at til slutt så må jeg bare forandre, så man begynner å lure på om man er gal eller hva...(.) Det er mange ganger jeg ønsker at jeg ikke hadde... at jeg var på en måte ferdig. For livet ut. 'Nå var de gardinene på plass. De kommer til å henge der resten av livet. Jeg vil alltid være fornøyd med de'... for da kunne jeg fått tid til andre ting." (Kari)*

Ordtaket "forandring fryder" får en litt hul klang ved disse utsagnene. Ikke alle forandrer like ofte og ikke alle føler like stor grad av frustrasjon. Utsagnene rommer likevel noen typiske trekk i utvalget. Ingenting er endelig, de flørter kontinuerlig med tanker om andre muligheter og innredningen påvirker humøret deres. Det er en uro og det virker som om det er kort vei mellom fryd og frustrasjon. Er de ikke fornøyd eller irriterer seg over noe, er det vanskelig å slappe av, trives og kose seg før problemet er løst. "Jeg gir meg ikke før det blir fint" sier flere. Endringsiveren, eller "bølgene", omtales på den ene siden som et mønster de har lært seg å leve med og slutter seg til (slik er det bare!), men som de på den andre siden tar avstand fra og gjerne skulle ha sluppet (burde ikke være sånn!).

Følelsene, engasjementet og opplevelsene informantene gir uttrykk for i prosessen med å innrede, kan tolkes i lys av Colin Campbells (1987) teori om moderne forbruk. Nettopp behovet for stadige fornyelser gjennom forbruk er hva han forsøker å forklare. Hans teori er at forbruket i overflodssamfunn er knyttet til en ny form for hedonisme som er kjennetegnet av en inderlig følelsetørst. Fordi en har det en trenger er muligheten for sanselig glede redusert.

I lengselen etter nytelse spinnest drømmer om forbedringer som kan skape følelsesmessig tilfredsstillelse, og forbruksvarer og deres mening blir innlemmet i disse dagdrømmene. Drømmen eller lengselen, blir i seg selv opphav til å nyte egne følelser, mens å realisere dem ofte ender i skuffelse fordi drømmen er perfekt, mens virkeligheten ikke er det. Individet søker derfor stadig noe nytt som det kan drømme om.

Den motivasjonsstrukturen som Campbell (1987) beskriver synes treffende på aktiviteten til flere av kvinnene i utvalget og bidrar til ny forståelse for de sterke følelsene som er involvert i forbruket på hjem. Som med dynamikken mellom drøm og virkelighet vil den korte veien mellom fryd og frustrasjon være del av en ”naturlig tilpasning” for å oppleve nytelse i en tilstand av overflod. Informantene besitter i lys av Campbell en grunnleggende karakteristikk ved det moderne, hedonistiske menneske, der frustrasjonen så og si kommer fryden til unnsetning.

### **Når bare fantasien setter grenser**

”Å skape et hjem er å sette noe i scene. Du har en drøm om hvordan det skal se ut – til slutt. Iscenesettelsen er en prosess, som ofte tar tid, uansett om drømmen er konkret eller ikke. For det skal tas mange valg når det gjelder farger, tekstiler, lamper og ikke minst møbler. Rette linjer eller myke kurver? Malt eller trefarget? Eik eller bjerk? Skal sofaen være lang eller kort? Bred eller smal? Du må se og du må bla og du må tenke – og se igjen.” (Reklamebrosjyre for møblene til Hødnebø Home, 2006)

Å velge det som skal prege interiøret over tid, en helhetlig stil eller enkelte, mer dominante ting, oppleves i større eller mindre grad som vanskelig. De forholdsvis hyppige forandringene flere forteller om, indikerer også det. ”Bare fantasien setter grenser” heter det seg, men i praksis er ikke dette bare bare. Alle informantene har erfaringer med ”å gå på trynet”, som Annika sier, med valg de har gjort og gå lei av det de trodde de ’alltid’ ville like. Denne usikkerheten relateres gjerne til uklarhet omkring egen smak, endring av smak og til skiftende moter og trender. Eller som Kari sier;

*”Men det er ofte jeg ikke vet hva jeg liker. Altså, det er jo kanskje hele problemet, da: Hva er meg? (Kari)*

Hva er det jeg egentlig liker? Hva passer hos meg? Hva er meg? Dette er typiske spørsmål som informantene stiller i vurderinger og valg. Det fremkommer som et ideal å ha større trygghet på hvem de er og hva de liker slik at det blir lettere å velge. Mange forteller

uoppfordret om et slags Prøysensk "sysjenbarn på Gjøvik", en de kjenner som tilsynelatende er trygg på hva hun liker, bestemmer seg raskt og gjør hjemmet sitt personlig og fint.

*Man skal liksom ha gjort alt fort og effektivt og ikke tenkt noe mer over det, ikke sant. Det er liksom idealet.(...) Jeg sammenligner meg alltid med hun venninnen min som er et rivjern. Hun er helt vanvittig effektiv. Da får jeg veldig komplekser for jeg tenker så lenge på ting, som hun bare gjør (...) Hun har innmari god smak. Hun vet umiddelbart hva hun vil ha, eller hun vet det ikke, men sånn virker hun på omgivelsene. Hun har særpreget smak også, så hun tør å gjøre ting. Hun bryr seg ikke noe om hva andre synes. Hun bare følger sitt eget hode. (Line)*

Holdningen er at det å finne ut hva en vil ha og hvordan en vil ha det ideelt sett burde være enkelt og ikke noe en må streve med. Noe naturlig fremfor noe konstruert. Generelt tillegges kompetanse på innredning stor verdi i utvalget. De beundrer de som "får det til", som har "god smak" eller "sikker smak" og som mestrer det å skape et hjem som skiller seg ut på en fin måte.

*"Det er klart at med de jeg føler ikke har sansen, da føler jeg meg på en måte ovenpå i den forstand. Men så har jeg jo den venninnen som er interiørarkitekt og hun har det så veldig fint hjemme. Hun har god smak og veldig peiling og fikk jo topp karakterer på studiet. Og når hun kommer hit så lurar jeg alltid på hva hun egentlig synes.(...) Da er jeg mindre sikker på at det er så koselig og fint som jeg kan synes andre ganger". (Nora)*

God smak ble gjerne knyttet til det spesielle og originale. Å finne frem til dette, var et annet vanskelig aspekt knyttet til det å velge:

*"Jeg synes det er vanskelig fordi jeg ikke synes det er så veldig mye å få kjøpt. I hvert fall ikke når du er på jakt etter noe som er litt spesielt, så synes jeg alt er likt." (Mona)*

Dette var også en typisk holdning i utvalget. Ingenting fascinerer, alle har det samme, det er bare kjedelige ting å se. Å finne det som er "litt originalt" krever mer enn å gå til kjedebutikken eller fargehandleren og kjøpe bestselgerne. Men, at det nettopp krever mer, er også en viktig distinksjon for informantene. Sjeldenhet fremstår som en svært attraktiv kvalitet (Southerton, 1998).

Campbells (1987) hedonistiske forbruker jakter som nevnt på selvorientert nytelse. Når informantene klager over kjedelig vareutvalg kan dette forstås nettopp som en lengsel etter å

bli fascinert. Samtidig er det interessant å trekke en linje til Bordieu (1984) og hans teori om hvordan individenes tilsynelatende nøytrale forbruk springer ut av og opprettholder posisjon i klassestrukturen<sup>20</sup>. Han hevder at smakens sosiale opprinnelse tilsløres av en karisma ideologi der den betraktes som et naturgitt fenomen, som at god smak er noe man har eller ikke har fra naturens side. En snakker om at tingene taler til ”meg”, ikke om hvordan de taler til våre sosiale fortolkningskategorier . Valgene en gjør antas følgelig å komme helt naturlig, som en forlengelse av ens personlighet. Mitt poeng er at informantene på mange måter synes å tro på, og drømme om en slik naturlig karisma. En naturlig evne til å velge de tingene som konstituerer henne og hennes særegne personlighet for henne selv og andre. Noen de kjenner later til å ha det, mens de selv opplever det vanskelig å velge ”sitt” og slik burde det ikke være. Naturalisert kompetanse synes å være idealet.

---

<sup>20</sup> Bordieu knytter dette til sitt begrep om habitus: ”Til enhver klasse av posisjoner svarer det en type habitus (eller en type smak), som er blitt frembrakt av den sosiale betingingen som knytter seg til de tilsvarende betingelsene. Og via de ulike formene for habitus og deres evner til å frambringe egenskaper svarer det en systematisk helhet av goder og egenskaper, som er forbundet med hverandre ved en stilmessig affinitet. (...) Habitus er et forenende og genererende prinsipp som lar indre og relasjonelle kjennetegn ved en posisjon komme til uttrykk i form av en enhetlig livsstil” (1995:36).



## Å skape en stue

*”Du spurte om forskjell på eget hjem og oppveksthjem. Og en ting som slo meg i pausen var at hjemme hos oss så hadde vi veldig mye hjemmet for gjestene. Det var en fasade som vi presenterte med omvisning og ’sitt-ikke-med-kakene-i-sofaen-for-det-kan-bli-en-flekk-til-noen-kommer-på-besøk’. Omtrent. Litt karikert. Men jeg vil si at vi hadde lite bevegelsesfrihet som små barn. I spisestuen var vi jo bare når vi hadde gjester eller bursdag. I mellomstuen satt bare de voksne om kvelden, for der var jo sofaen så fin. Og i tv-stuen der var det gamle sofaer og der kunne vi også sitte hvis vi var rene og pene og hadde bena utenfor kanten, liksom. Mens det rommet vi kunne romstere littegrann var på eget rom og så var det på kjøkkenet. (...) Hos oss er det blitt sånn at hvis vi skulle tilrettelegge barnerommet for å leke på, så hadde vi ikke sett ungene. Det er jo i en annen etasje. Så vi har trukket det inn til oss. Stua er nok der vi er flest timer i døgnet.” (Annika)*

Rom for privat tilbaketrekking versus rom for offentlig representasjon. Mønsteret som ble risset opp av et fremvoksende borgerskap for et par hundre år siden, har vært et dominerende ideal i våre ”tusen hjem”. Annikas oppveksthjem var sterkt preget av dette, og hun skildrer det som et utstillingshjem der representasjon var viktigere enn privat utfoldelse. Slik vil verken hun eller resten av utvalget ha det. Betyr dette at den borgerlige salongen som et offentlig og fint rom ikke lenger preger organiseringen av hjemmet? Er representasjonen borte? Hvordan informantene innreder og bruker stua, hvordan de tenker i tilknytning til dette og ser som det viktige, er temaene i det følgende.

### Stuer til pent og stuer til hverdags

Det rommet informantene selv omtaler som ”stua”, er alltid det største rommet i hjemmet, uavhengig av om de har flere sosiale oppholdsrom. Den typiske innredningen er komfortable sittegrupper og salongbord, ofte en spisestue-gruppe og oppbevaringsmøbler. Fine ting og sammensetning av ting og farger viste at det var lagt vekt på å gjøre det innbydende på en estetisk pen måte. Sammen med et ryddig preg og manglende spor av daglig arbeid og aktiviteter, fikk jeg inntrykk av at stua fremfor noe annet er ment som et vakkert sted for avslapning og nytelse. Informantenes holdning var også at stua skulle være et hyggelig eller koselig sted å oppholde seg, og at tingene skulle være ordentlige. Plakater hørte for eksempel ikke til på veggene i en stue. Bildene var alltid i kategorien kunst, eller de var kunstaktige.

Som betrakter ble jeg ofte veldig imponert og full av beundring over hvor fint og ja, ordentlig, jeg syntes de hadde det<sup>21</sup>.

Hvordan stuene brukes avhenger av plass ellers i hjemmet. 4 av informantene har bare en stue, og den kaller jeg ”den enslige stua”. De øvrige 7, hvorav alle forøvrig tilhører kategorien ”de veletablerte”, har flere stuer<sup>22</sup>. Disse stuene har forholdsvis tydelig definerte bruksmåter:

*”Det (stua) er et fint sted å ha masse mennesker, altså, hvis vi har middagsselskaper eller noe sånt. Da kan man sitte der etterpå, eller gå rundt og ha på musikk og danse. (...) Men hvis du skal snakke om stuen så er det nesten inne på det lekerommet. For der er tv’n og der har du liksom sånne stoler som du kryper oppi og sånn. Så der er kanskje mer stua, ikke sant. For det er den lille hvor ungene er og hvor de spiser pizza på fredagskveldene og ser på underholdningen på tv og sånn. (...) Dette er nesten sånt hus hvor du har finstue og dagligstue. Og da er nesten dagligstua den lille tv-stua og biblioteket, og så er finstua den store. Det høres litt sånn voldsomt ut, men...” (Ylva)*

*”(...) Ja, det ser veldig nytt ut her. Men det kommer vel av at vi har peisestue nede hvor vi sitter og ser på tv. Når vi skal kose oss ordentlig, så sitter vi her (latter). Men sånn lørdagskvelder og sånt så blir det mere nede. Vi sitter her når vi har gjester. Og så er jeg veldig fornøyd med at vi ikke har tv’n her og ungene ikke alltid er her og det ikke alltid ligger noe på gulvet her.” (Sissel)*

*”Jeg synes stua er for stor til å være intim. Den passer kanskje best som selskapslokale, sier jeg mange ganger. Veldig fin å ha gjester i. Store selskaper, men kanskje litt for stor for sånn hverdagsbruk. (...) Så det er egentlig ganske greit å ha en stue som du setter av til pent, da. Det skjer helt automatisk. Det er ingen regler på sånne ting i huset, at ungene ikke får lov, for de får gjøre hva de vil, men det er bare ikke naturlig å sette seg her.” (Kari)*

Mønsteret var at den store stua ble brukt til større, sosiale eller høytidelige anledninger, mens en mindre stue var i daglig bruk. Funksjonsdifferensieringen i disse hjemmene minner svært mye om den en fant i ”borgerhjemmet” der det var et klart skille mellom offentlige

---

<sup>21</sup> Som familiekvinnene i samme alder var jeg altså vant til å besøke hjemmene til folk i samme livsfase. Dette gjorde meg ikke mindre imponert over informantenes hjem.

<sup>22</sup> Et par informanter hadde også et eget rom til ”spisestue”, men det vanlige i utvalget var å ha en spisestue, altså et spisebord med stoler og ofte skap til glass og servise, som en litt atskilt sone i stua. Som spisestue-rommet, ble dette brukt til de ikke-hverdagslige måltidene.

representasjon og privat tilbaketrekning. Den store stua har fått rollen som offentlig ”finstue” som brukes ved spesielle anledninger eller når de har gjester, mens en mindre har fått rollen som en ”dagligstue” der familien er når de er alene. Tv-apparatet var ofte en tydelig markør for hverdagslig bruk.

Bortsett fra Ylvas noe selvironiske refleksjon, var det ingen som kalte den store stua for finstue eller en annen for dagligstue. At det i praksis var blitt et slikt skille, syntes å være et lite dilemma for flere. De var opptatte av å få frem at dette skillet ikke var en regel de hadde tilstrebet, men noe som ”bare hadde blitt sånn”. Begrunnelsene var blant annet at det ikke var naturlig å sitte der, stua var for stor, det var koseligere andre steder, eller de satt ikke der til vanlig fordi det ikke var tv der. At de opprettholdt skillet ble ofte også begrunnet i behovet for å begrense omfanget av rot. Det var godt å ha et rolig og ryddig rom i huset.

Dagligstua var mindre enn finstua, ofte bare et lite rom, men det var her familien samlet seg mest. Den hadde alltid tv, en sofa eller sittegruppe og gjerne oppbevaringsmøbler som hyller og/eller skap og barnas leker. Betegnelsene informantene brukte om dagligstua var lokaliseringer som ”loftstue”, ”kjellerstue” og ”den ytterste stua”, eller ”tv-stue” og ”peisestue”. Noen hadde flere stuer til forskjellig bruk, for eksempel en loftsstue som fungerte som barnas lekerom og en tv-stue som var familien samlingsrom.

I David Halles (1993) undersøkelse av bilder i hjemmene til en urban overklasse i Amerika, omtaler han et rom som kalles ”the den” eller ”the intimate room”. Til tross for sin svært beskjedne størrelse, er dette den stuen som brukes mest av beboerne. Hans tolkning er at dette rommet, lite og intimt som det er, er funksjonelt for det å komme sammen og pleie familien (Halle, 1993). Slik kan også dagligstuene i utvalget forstås, som et lite sted der familien slapper av og koser seg sammen. Mens finstuene virket velregisserte og ryddige, hadde dagligstuene en uorden som signaliserte at ”her er det ikke så farlig”, ”her må en ikke oppføre seg pent”, for å bruke uttrykk i utvalget. Det virket som at de hadde et langt mer avslappet forhold til innredning og ryddighet her, og at det estetiske var mindre vektlagt. Interiøret besto av en mer tilfeldig sammensetning og leker, aviser, blader og videofilmer kunne ligge utover. Interiøret og det hverdagslige ”rotet” ga et preg som tilsa uformell avkobling og utfoldelse. Det er nærliggende å tolke dette som at den ikke er ment for gjester, men til å være et privat sted for familien. Mens informantene kommuniserte en viss ambivalens i forhold til barns lek i finstuene, var dette alltid tillatt i dagligstuene:

*”Særlig Mannen har vært ganske bestemt på at sånn herjing, det kan de ha der (i dagligstua). Så da tenker jeg at når vi har plass til det, så er det sånne aktiviteter de kan gjøre der, altså.”*  
(Hanne)

At barna godt kunne lære å oppføre seg bedre i stua enn andre steder, var noe de fleste informantene var opptatte av. Hanne forklarer dette med plass, og dette synes å være det typiske. Dersom en har alternativt oppholdsrom, ”fredes” (fin)stua.

Verdifull kulturell kunnskap kan oppnås gjennom å studere tingenes biografi hevder Kopytoff (1986). Gjennom å stille spørsmål omkring tingens tilblivelse, status, karriere og om hva folk mener er en ideell karriere for slike ting, avdekkes mønstre som sier noe om den sosiale virkeligheten folk lever i og forholder seg til i formingen av sin identitet (ibid., 1986). Tingenes biografi er ikke et tema i seg selv i denne oppgaven, men med Kopytoffs teori i minnet, var det tydelig at det i hjemmene var et estetisk hierarki der de fineste tingene fikk plass i (fin)stua, mens dagligstua og andre mer private rom kom i neste rekke. Flere fortalte om et gjenbruk der tingene startet sitt liv i (fin)stua og ble flyttet til andre rom eller til hytta, ettersom de skaffet nytt til stua<sup>23</sup>. For eksempel kunne det å ”trenge noe” til dagligstua, bety at finstua fikk nye møbler og at dagligstua arvet de gamle.

*”Det eneste vi har kjøpt i full fart og kjøpt nytt, det har vært de sofaene, og det har vist seg å ikke være helt heldig. Men det vi skal gjøre, og det tror jeg blir fint der, er at når vi får ferdig nede, så skal de ned der (i kjellerstua).”* (Hanne)

*”Det bildet synes jeg er veldig fint så derfor henger det der, men det blir sikkert tatt ned den dagen jeg har et annet kunstverk som kan henge der. (...) Det er det eneste som er utskiftbart. Det er ikke sikkert at det senere får henge i stuen, men et annet sted kanskje (latter).”* (Janne)

I tråd med Kopytoff, synes altså tingene å ha størst verdi og er ”på toppen” av sin karriere når de står i finstua (eller i den enslige stua). Når de flytter til andre rom, er deres status dalende. Det ligger som Kopytoff (1986) også antyder, en moralsk økonomi i dette. Informantenes holdning var blant annet at det var lettere å skifte ut de gamle tingene når de kunne brukes

---

<sup>23</sup> ”Nytt” i denne sammenhengen betyr ikke at tingen er kjøpt ny i butikken, bare at den er ny i informantens hjem. Det kunne ofte være gamle ting eller antikviteter som var arvet og som således fikk fornyet status, en ny ”karrieretopp”, hos informanten. Som en digresjon har denne verdsettelsen av gamle ting i følge Kopytoff (1986) sammenheng med opposisjonen mellom kommodifisering og singularisering, mellom det homogene og det diskriminerende. Et gammelt møbel verdsettes (blant annet) i kraft av ikke å være en vare.

andre steder. Eventuelt måtte man ha dem så lenge at man kunne forsvare å skifte dem ut. Å kaste ut helt brukbare ting ble ansett som noe sløssaktig og umoralsk.

I hjemmene jeg har besøkt, er det en klar tendens til at desto flere rom de har, desto større spesialisering får rommene. I tråd med Giuliani (1987) som forsker på miljøpsykologi, kan rom med ensidige funksjoner kalles monofunksjonelle mens rom som ivaretar flere funksjoner kan kalles multifunksjonelle. Finstuene fremsto i lys av dette som monofunksjonelle, med en forholdsvis rendyrket formell og representerende funksjon.

Den enslige stua er et multifunksjonelt rom. Den skal ivareta alle de funksjonene som hos andre kan fordeles på to, eller også på enda flere rom. Dette kan by på utfordringer. Mens noen mener finstuene er "for store" til at det er hyggelig å være der til daglig, er dette for eksempel ikke problemet for barnefamiliene med bare en stue<sup>24</sup>.

*"For at den (stua) skulle vært sånn jeg ønsker, måtte den vært større. Den måtte vært sånn at jeg kunne fått vekk tv'n og hatt den i en egen krok eller helst i en egen stue, da. For sånn som det er her, barne-tv midt i stua, liksom. Det synes jeg er litt dumt. Den blir litt dominerende. Og jeg skulle gjerne hatt plass til langbord.(...) Stua er ikke så praktisk når vi får gjester og sånn, skulle gjerne hatt mer plass til gjester, men sånn til daglig fungerer den bra, bare vi rydder. Da har vi noen sånne ryddesjauer her. På kveldene etter at ungene har lagt seg og sånn, så tar vi det grøvste." (Kristiane)*

Det er her de tilbringer det meste av tiden når de er hjemme med hverdagslige aktiviteter som lek, arbeid, tv-titting, lesing og spilling på instrumenter. Her pyntes det til selskap og de mottar gjester. Kristiane mener stua fungerer bedre til noe enn til annet fordi de har måttet prioritere i forhold til ønsker og behov. Rot og rydding omtales som en evig kamp. Også Annika skulle ønske hun kunne slippe rotet. Hun føler at ønsket om en "pen og ordentlig" stue har måttet vike til fordel for det praktiske og barnevennlige.

*"Jeg har lært det hjemmefra. Stua er penstua (...) I stua sitter man pent, litt ordentlig, rett i ryggen og manerene kommer fram. På kjøkkenet kan du herje fritt og være steinaldermenneske, liksom. Men det er jo ikke sånn vi lever. Det er stua som er lekeplassen til ungene, stua og kombinert kjøkkenet (...) Nå når vi har små barn så skal det være deilig for ungene å komme hjem i stua og kunne herje litt i sofaen og kjøre gåbilen sin og løpe fra enden av rommet til enden av det rommet uten at voksne sitter sånn på nåler og "pass på den" og*

---

<sup>24</sup> Janne faller utenfor i dette fordi hun bor alene.

*sånn og slik. Samtidig som jeg er litt opptatt av at det skal jo ikke bare bli sånne villbasser og sjimpanser i huset her heller, så når vi setter oss og spiser middag ved spisebordet, og det gjør vi, vi bruker det, så sitter vi og spiser ved spisebordet. Da er det ikke det samme som å sitte på kjøkkenet og kladde utover bordflaten." (Annika)*

Annika opplevde at stua var en bruksstue og barnas "lekeplass". Mønsteret fra forelderhjemmet med pen oppførsel i stua, ivaretok hun bare gjennom manerer ved spisestuebordet.

Hvordan ser egentlig et praktisk og barnevennlig interiør ut? Hos Annika så det slik ut: På den ene siden av stua var det hvite skinnsofaer og glassbord på et lyst, kinesisk teppe, hvite glasskap og piano. På den andre siden var det et antikt, mørkt spisestue-møblement med en stor prismekrone over og et persisk teppe. Langs veggene sto flere antikke stoler med broderte trekk i rokokko stil og små og store "statuer" i form av utstoppede dyr, blant annet en hvit rev. På en vegg var det mange eldre portrett-fotografier av familie og forfedre. På andre vegger hang originale oljemalerier og en stor gobeleng i gullramme.

I utgangspunktet var ikke dette et interiør jeg ville ha forbundet med det praktiske og barnevennlige. Stua fremsto for meg som fasjonabel og luksuriøs, og mine assosiasjoner gikk til det tradisjonelt borgerlige, det formelle og representative. Med andre ord synes begrepene praktisk og barnevennlig å være subjektive kategorier.

Hos Kristiane var stilen i stua mindre tradisjonell. Umiddelbart oppfattet jeg den mer som en dagligstue enn som en finstue fordi den virket uformell og mindre pyntet. Den inneholdt blant annet en sittegruppe som besto av en oransje sofa og en bondeseng, begge fylt med puter og vevde tepper i sterke farger, et gammelt, lutet klaffebord, "lagerhyller" i tre og sort med tv og stereo i og et piano. En annen liten sittegruppe besto av en moderne, stram liggestol i sort skinn, en gammel stol med et oransjefarget, vevet teppe i og et sortlakkert, lite bord.

Sammenligner vi Kristiane og Annika, uttrykker de seg på mange måter likt om hva som har vært viktig ved innredningen. Begge har vært opptatt av at det skulle være barnevennlig, praktisk, romslig, lyst og rene linjer. Materialiseringen er likevel forskjellig, og uttrykker forskjellige stilmessige idealer utover blandingen av nytt og gammelt. Kristianes stue representerer et brudd fra det representative slik jeg mener for eksempel Annika har det, og slik jeg var vant til å se det. Når jeg studerte den nærmere, ble det imidlertid tydelig at dette ikke var en "annenrangs-stue" på linje med dagligstuene i utvalget. Kristiane er svært

bevisst og har gjort seg stor flid med innredningen. Møbler, farger, design og kunst er nøye avstemt mot hverandre, også de stilmessige bruddene, og som andre synes hun tv, stereo, høytalere og den slags "rot" ødelegger for helheten. Selv om hun har få "ordentlige ting" som hun sier, er stua i likhet med finstuene og de enslige stuene ellers, resultat av en meget selektiv estetikk som hun er stolt av.

At Kristiane med sine sterke, klare farger og "lagerhyller" har en stil som i noen grad skiller seg ut fra de fleste stuene i utvalget, kan ha sammenheng med at hun er nyetablert. Som jeg har vist, gir disse informantene tilkjenne en oppfatning om at de ikke bor helt på ordentlig ennå. De kan få "leke" seg mer. Samtidig kan Kristianes orientering sees som uttrykk for en distinksjon, en sterkere opposisjon mot å følge etablerte og dominerende normer for det representative enn den som kommer til uttrykk hos de fleste (Douglas, 1996). Med sin hvite skinnsofa og antikke spisestue, vil Annika i dette perspektivet være blant dem som i større grad slutter seg til det mer tradisjonelle. Som Gullestad (1984) skriver når hun sammenligner stuene til en ung arbeiderklasse med stuer i andre klasser eller lag i samfunnet, fører ulike ideologier til ulike statussymboler. Representasjon er et viktig aspekt ved stuene selv om det som gir prestisje i eget miljø, betraktes som negativt eller vulgært i andre (Gullestad, 1984). Dette er også hva jeg mener å finne i de forskjellige stuene i utvalget, om de tilhører kategorien enslig stue eller finstue. Til tross for det multifunksjonelle, har de enslige til felles med finstuene at de er langt mer representative enn dagligstuene, mer velregisserte og verdige. Forskjellen er nær sagt at de enslige stuene oftere må ryddes for å opprettholde standarden. At det er for mye "rot", for mye som "ødelegger for helheten", er en typisk holdning blant de som har dem.

## **Den paradoksale representasjonen**

For informantene er det naturlig å innrede og organisere på den måten de har gjort. Det er naturlig å putte de ordentlige, fineste og mest verdsatte tingene i stua, ikke bruke finstuene til hverdags og innrede enslige stuer som finstuer fremfor som det aktivitetsrommet det ofte fungerer som. Det er derimot ikke naturlig at dette har med offentlig representasjon å gjøre. Stua er ikke et vise-frem-rom eller et symbol på status ovenfor andre. Hvordan skal vi forstå dette tilsynelatende paradokset? Jeg tror at endrede idealer i forhold til tradisjon og fornyelse kan bidra til forståelse. I en undersøkelse av hjem i Italia, fremkommer det at det ikke alltid er samsvar mellom den måten beboerne har utformet hjemmet sitt på og de idealene de har i

forhold til dette (Giuliani, 1987). Idealer til innredning kan blant annet komme i konflikt med idealer til opplevelse og bruk, eller med muligheten for å realisere idealene på grunn av manglende økonomi eller sosial situasjon (ibid, 1987).

I utvalget kan flere forhold forstås i lys av dette. For eksempel kan den lille forlegenheten og rettferdiggjøringen som fremkommer omkring det å ha en finstue, tyde på at idealer om en (representativ) pen stue ikke står helt i forhold til idealer om det uformelle, koselige og avslappede. Flere gir, som det fremgår av sitatene over, uttrykk for at den store størrelsen er et ”problem” i så måte. Også innholdet kan oppleves som at det signaliserer en mer formell bruk enn de egentlig ønsker:

*"(Jeg ønsker) At man føler seg velkommen. At det skal ikke være så striglet fordi det er folk som bor her, og man skal få lov til å sitte med bena i sofaen. Så egentlig så er de sofaene litt for stive til det, altså (latter). Men derfor sitter jeg med bena i sofaen så man skal se at det er lov." (Sissel)*

En uformell, mer skjodesløs bruk blir en strategi for å motvirke det formelle (Goffman, 1992).

For de med enslige stuer er det vanskelig å få realisert stue-idealene om blant annet det pene og rolige. Deres strategi blir snarere å formalisere det uformelle gjennom rydding til selskapelig bruk. Flere rom for å skille funksjonene er et tradisjonelt borgerlig organiseringsideal og det er et ideal for samtlige i utvalget. Å ha eller drømme om en rolig (fin)stue, kan forstås som et ønske om en bedre regulering av det private (Giuliani, 1987). Samtidig tilsier informantenes legitimeringsbehov at dette bryter med deres (moraliske) idealer som sier at det skal være uformelt og ujålete. De forklarer finstua, eller ønske om en slik, ut fra et behov for praktisk organisering. Det handler ikke om representasjon.

I Giulianis (1987) undersøkelse var begrunnelsene for å ha en vakkert dekorert stue forskjellige avhengig av klassemessig tilhørighet. Mens fremvisning ble uttalt som det viktige i den lavere klassen, ble dette blant middelklassen tilslørt og gjemt bak estetiske preferanser, praktiske behov og avslapning (Giuliani, 1987:192). De ”tilslørte” forklaringene hun refererer til, er svært like de jeg finner i mitt studie:

*"Stua vår er liksom den delen som kan være litt ordentlig. Men det er liksom...det går på det at jeg orker ikke å gå og rydde overalt. Men jeg synes det er viktig at i TV-stua og i biblioteket hvor ungene liker å være, så må det være litt av deres ting også." (Ylva)*



Informantene med finstuer kommuniserer den samme holdningen som Annika uttrykker spesielt tydelig:

*”Og igjen tilbake til den sære holdningen at det er jeg som skal trives i det og ikke andre. Og ikke bruker jeg hjemmet mitt for å imponere noen heller. Men jeg må ha det godt i det.”*  
(Annika)

Hjemmet er innredet for en selv, ikke for andre. Tradisjonell representasjon fremstår blant informantene som et andreorientert ”spill” - som falskt, utvendig og følgelig noe de ikke vil vedkjenne seg. Likevel opprettholder de et skille mellom det private og det representative i eget hjem.

Knytter vi oss til Douglas (1975), kan en ambivalent holdning til skillet mellom det private og det offentlige tolkes som den moderne anti-ritualistens fornektelse av standardiserte former til fordel for idealer om indre erfaring som grunnleggende veiviser for handling. Idealet er det ekte og autentiske fremfor det formaliserte og tradisjonelle. Det kan virke som om representasjon har beveget seg bort fra å være et selvfølgelig premiss for hjemmet, til i større grad å bli betraktet som illegitimt, kanskje også noe vulgært. Gjennom informantenes forklaringer fremstår representasjonen og skillelinjene i hjemmet som et personlig og individuelt anliggende og ikke som en opprettholdelse av det tradisjonelle. Et kulturelt mønster består, men med nye begrunnelser. At informantene nedtoner stuas representative kvaliteter, kan ha flere årsaker, blant annet at vi heller vil fremstå som fornuftige og rasjonelle fremfor jålete (Nørve, 1983b).

Kan representativitet være mer en konsekvens enn et bevisst motiv ved innredningen? Som en form for kulturelt etterslep (Ogburn i Østerberg, 1984) kan vi tenke oss at konvensjonene for en stueinnredning er virksomme nok til at det blir 'naturlig' å innrede på en representativ måte fordi dette ligger godt forankret i forståelsen av hva som gjør et rom til en stue. Vi kjenner kanskje den pene stua bedre enn den uformelle og avslappede til tross for endrede idealer. Denne forståelsen er en avledning av det som Campbell (1987) er opptatt av, at man ikke må tolke forbrukshandlinger ene og alene ut fra den konsekvensen de fikk. Sosial prestisje, representativitet osv. kan være en konsekvens av en innredning, men behøver ikke å ha vært motivet alene.

Vi har sett på ambivalensen i forhold til stua som et offentlig og representerende rom. Selv om spesielt finstua bærer preg av en slik funksjon, er den i likhet med den enslige stua

også et privat rom for avslapning. Vi skal i det følgende konsentrere oss om det jeg ser som dette ”private” aspektet, hvordan det konstrueres og hva det representerer. Hvilke tanker og ideer skriver informantene inn som privat materie?

## **"Det skal være koselig å komme hit"**

Hvordan ønsker informantene at andre skal oppfatte hjemmet deres?

*Jeg håper at folk skal synes at det er koselig å komme hit, koselig å sitte her og sånne ting.  
(Hanne)*

*Jeg skulle ønske de sa fy fillern her var det koselig å komme. Altså, være her. At de skal kommentere opplevelsen og ikke tingene. (Annika)*

Med forholdsvis like begreper svarer de fleste at det viktigste i forhold til andre, er at hjemmet oppfattes som et koselig eller hyggelig sted å komme til, og oppholde seg i. Det skal være imøtekommende, trivelig, varmt og et sted du kan slappe av. Selv om samtalene forut for dette gjerne hadde dreiet seg om tings betydning, ble vekten umiddelbart flyttet fra materielle til mer idealistiske verdier. Tingene var ikke det viktige i denne sammenhengen.

*Det er jo koselig når noen sier at her var det hyggelig. Det er det. Men jeg har ikke noe sånt behov for at her skal det være flott. Det skal være koselig. Hvis folk sier det er koselig, så synes jeg det er hyggelig. Å klare og skape atmosfære, at det skal være imøtekommende er et mål. (Else)*

Fint og flott var typiske uttrykk for det som ikke var koselig. I denne polariseringen fremstår kosen som noe ikke-materielt, noe mer idealistisk og moralsk i forhold til det flotte. Jeg ble ofte litt overrasket over denne dreiningen fra viktigheten av ting til tingenes uviktighet i samtalene. De spurte identifiserer seg ikke med det de ser som materialistiske verdier, og de ønsker heller ikke å bli oppfattet slik. Det blir blant annet assosiert med noe overflatisk og noe umoralsk. For eksempel håper Hanne at det er andre og dypere verdier folk vil se når de kommer hjem til henne:

*”Det er sikkert likevel endel ubevisste ting her som formidler....Jeg tenker for eksempel på dette med bøker....Altså vi er folk som har bøker, og bøker som ser lest ut, ikke sant. I forhold til de som bare kjøper for å ha det.” (Hanne)*

Informantenes orienteringer er ladet med avversjoner og distinksjoner. Noe er bedre fordi annet er verre, og i dette spennet opptrer også kosen. Slik det ble snakket om den, var den utvilsomt en mer legitim veiviser for innredningen enn den ”fine” representasjonen. Kosen representerer verdier som synes å være kompatible med det ”private” idealet. Ideer om det koselige<sup>25</sup> er også sentrale i informantenes beskrivelser av stuene sine. I hvilken grad de opplever å ha det koselig eller ikke preger beskrivelsene:

*"Den ville jeg beskrive som varm, hyggelig. Jeg får en sånn varm følelse når jeg kommer inn."  
(Janne)*

*"Jeg synes den er litt for hummer og kanari. Jeg er veldig fornøyd med fargen, litt mindre fornøyd med gardinene og synes ikke jeg har funnet noen ordentlig plass for noen ting liksom. Vi har ikke den gode, lune atmosfæren her." (Else)*

Det kunne passe seg med en definisjon, men kosen er vanskelig å gi et nøyaktig betydningsinnhold. Når jeg for eksempel spør Nora om hva hun legger i dette med koselig, svarer hun:

*"At jeg føler at jeg kan hvile øynene rundt omkring og se en harmoni. Se at ting passer sammen og at det er koselig, ja." (Nora)*

Blant dykk i litteraturen forklares koselig med ”lun hygge” (Tanums store rettskrivningsordbok, 1989) og det er synonymt med ”behagelig, gemyttlig og intim” (Kunnskapsforlagets norske synonymer, 1984). Det er ”en norsk hedersbetegnelse” og ”en stemning av nærhet og fortrolighet” (Rolness, 1995). Det finnes mange assosiasjoner men ingen klare definisjoner. Som Frønes påpeker er kos og koselig fremtredende begrep i norsk vokabular og som viktige symbol er de ”*mangetydig, samtidig som de har visse akser i sitt betydningsmangfold*” (Frønes, 1990:236). Dette gjenspeiles i informantenes konstruksjoner av det koselige.

At kosen er en konstruksjon kom ikke så tydelig frem blant de som er fornøyde med stuene sine. Kanskje fordi konstruksjonen har vært vellykket, synes interiøret å ha blitt appropriert som en noe naturlig og en selvfølgelig forlengelse av dem selv. De som ikke er

---

<sup>25</sup> Jeg velger å bruke begrepene kos og koselig som sekkebetegnelser for en god stemning eller atmosfære. Andre autentiske begrep er hyggelig, lunt og intimt, men koselig ble mest brukt.

fornøyde med stuene sine, savner derimot den gode følelsen, den de mener følger av å ha det koselig. De peker på ting de har som ikke er riktige, og ting de mener mangler for å få det slik de ønsker. Kosen skapes tydeligvis med ting, men også rommet har betydning. Det store står for eksempel ofte i kontrast til det koselige (Rolness, 1995). I det lille ”skal det ikke så mye til for å få det koselig”, sier for eksempel Else. Flere omtaler rommets størrelse eller form som en rammebetingelse som gjør jobben ”lett” eller ”vanskelig”.

At det koselige knyttes til forestillinger som ikke appellerer til alle, kommer tydelig frem hos et par informanter som ikke ønsker at kosen skal være det vesentlige i interiøret. Når de beskriver stuene sine viser de til et bevisst brudd med det koselige idealet som de oppfatter er noe ”folk flest” har:

*”Jeg synes den (stua mi) er allright (latter). (...) Men sånn helhetlig så synes jeg at vi har fått det litt sånn rommelig og lyst. Men den er kanskje ikke sånn intim og veldig sånn småkoselig, det er den ikke. Det er klart du har lyst til å ha det litt koselig når du setter deg ned, men det er ikke det som er hovedgreia.”<sup>26</sup> (Kristiane)*

*”Det er veldig åpent der, ikke sant, så det er ikke noe sånn veldig koselig rom. Jeg vet at veldig mange ofte er opptatt av at stua skal være sånn veldig koselig. Det er det ikke. Men jeg synes det er avslappende å være der, fordi det er så enkelt og lite. Det er så nøytralt og rolig.” (Ylva).*

Disse mener at deres preferanser for blant annet enkle linjer og færre ting, ikke er i overensstemmelse med det koselige. Jeg kaller dem analytisk for ”antikosere” i motsetning til ”kosere”. La oss se på et ”lysende” eksempel:

*Hvis det blir for sterilt. Hvis du for eksempel ser i enkelte blader og ser denne funksistilen eller hva det heter for noe, der det er litt sånn hvite vegger og så er det to møbler og så er det ingenting annet. Og kanskje sånne tynne, tynne lys som bare står der bitte-lite...sånne lamper, neon omtrent. Skal bare gi lys, ikke synes. Nei, uff - kaldt og guffent! (Nora, ”koser”)*

---

<sup>26</sup> Kristiane tror ikke folk flest synes hennes hjem er noe fint fordi det blir for ”ikke-koselig”. Hun tror mer det er ”fagfolk” som vil synes at de har det ”allright”.

*”Bitte-lite, alt. Lyse møbler og veldig moderne. Jeg liker ting som er helt enkelt. Og også lys, og hvis jeg hadde hatt råd så ville jeg kjøpt alt på Interlight og ExpoNova og sånn<sup>27</sup>. For jeg liker lyskilder som er bare helt enkle.” (Ylva, ”antikoser”)*

”Bitte-lite” lamper (og andre elementer) er ukoselig for ”koserer” Nora, men er det som appellerer til ”antikoserer” Ylva. Også ”koserne” kan kommuniserer ønsker for interiøret i retning av moderne enkelhet, men bare ”antikoserne” uttrykker en klar reservasjon ovenfor det koselige. Hva er det de tar avstand fra – og hva er det de andre slutter seg til?

### **Something old, something new... Kosens representasjoner**

*IK: Så du er ikke så opptatt av den koseligheten?*

*Ylva: Nei, bare at det er rolig...Nei, der (i stua) behøver det ikke være noe koselig i det hele tatt. Men koselig – hva er det som er koselig? Kjøkkenet er kanskje koselig når du har peis og litt sånn gylne farger og litt sånne gardiner, litt stoff og sånn. Stua er jo nesten ikke noe stoff. Det er ikke masse gardiner og det er ikke sånn masse puter og lunt. Jeg synes den fungerer for oss likevel. (...) Jeg er opptatt av at den skal være nøytral og enkel. Uten at det er kaldt altså. Og plutselig så blir det jo for kaldt.”*

Når ”antikoserer” Ylva reflekterer over (fin)stua si i forhold til hva hun oppfatter som koselig, peker hun i likhet med det øvrige utvalget på konkrete faktorer som (varme) farger, (varmende) tekstiler og (varmende) peis. Til forskjell fra Ylvas oppfatning om det ”enkle og nøytrale”, er det koselige knyttet til et interiør med flere og varmende ingredienser. Varmt versus kaldt er en typisk metafor der varme er synonymt med kosen, både fysisk og symbolsk. Tyngre og mer bastante ting, grovere eller rustikke materialer er varmt. Rom som har ”myke” farger, gjerne med base i gule eller røde toner, og som er ”kledd” med løst og fast, gjør stua generelt varmere for de intervjuede.

Peis er en klassiker. Samtlige veletablerte har peis, noen også flere. De mener at dette er et svært viktig element for kosen. Å sitte foran en knitrende peis, ha ”peiskos”, er generelt forbundet med romantikk (Frønes og Hompland, 1985) og står kanskje som et nøkkelsymbol på det å ”slappe av og ha det bra” for mange. Mye er også skrevet der peisen blir symbol på et godt hjem. I en liten sitatbok om hjem står det blant annet *”I lykkelige hjem så han lyset fra*

---

<sup>27</sup> Nevnte butikker er kjent for innovativ lysdesign og høye priser.

*peisen lyse varmt og klart*” (H. W. Longfellow, 1807-82). Peis, men også andre varmende faktorer tillegges av ”koserne” mening som er knyttet til gode følelser, noe jordnært og ekte i motsetning til det mer materialistiske og meningsløse.

*”Jeg tenker at farger betyr noe. Det er et eller annet med at varme farger...Jeg har aldri hatt sansen for sånn hvitt og svart og sånn. Og jeg tenker litt sånn trivsel og glede, i stedet for at det skal være så fryktelig stilig.” (Hanne)*

Rolness (1995) påpeker også dette, at sjel og omtanke er viktigere for kosen enn stil og kjøpekraft. Trivsel er overordnet stilen. Selv om også ”koserne” er opptatte av å ha en stil, forbindes det ”stilige” gjerne med stiler de opplever som kalde:

*”Sånn stål, sort og rør, det er en stil som jeg overhodet ikke kunne trives med, tror jeg. Altså jeg kan komme inn et sted og tenke at jøss, det er stilig! Jeg kan se at det er flott, men jeg hadde ikke villet bo i det. Det ville jeg ikke. Aldri i verden. Fordi det blir for kaldt.” (Janne)*

Desto mer ”stilig”, desto mindre hjemlighet, er gjerne holdningen. Mine assosiasjoner går til dette at det ikke er gull alt som glitrer. Til noe uten dybde, noe utvendig og overflatisk. Kosen er kontrasten til slike assosiasjoner. Det koselige oppfattes som hjemmets menneskelige element, skriver Rolness (1995), og varme synes i utvalget tydelig å være assosiert med noe ekte og menneskelig.

Henvisningene til det levende versus det døde er en annen fremtredende, retorisk dikotomi som synes å bygge oppunder den samme mentale forestillingen. Blant de mest ”livgivende” eksemplene er planter som omtales som at de ”gir liv til døde ting”. Det samme gjør bestanddeler som ikke har liv i biologisk forstand:

*”Jeg skulle gjerne hatt en stor bokhylle med masse bøker. Synes det gir veldig liv i et rom, altså. Et eller annet sånt levende.” (Kari)*

*”Jeg forbinder både bøker og bilder og sånn med sjel, altså. Hvis du har det, så har du litt sjel. Hvis jeg kom inn i et hjem som ikke hadde bøker og ikke hadde bilder, altså de har gjerne et sånt digert brudebilde, og like store bilder av ungene, da tenker jeg liksom at her er det noe som mangler.” (Nora)*

De fleste informantene snakker entusiastisk om bøkens betydning. Det mangler noe vesentlig der det ikke er bøker. Bøkene representerer ”liv” og ”sjel” og skaper atmosfære. Det gjør også ting som er preget av å være gamle. Å blande nytt og gammelt, ting med moderne finish og ting med patina er gjennomgående trekk ved den stilen de liker. Gamle ting gir opplevelsen av noe ekte:

*”Det blir litt hyggeligere i en stue med et gammelt møbel, det er noe sånn opprinnelig og originalt over det.” (Kari)*

Som vi senere skal se, anses mange av disse tingene å være noe mer enn bare (døde) ting også fordi de representerer minner.

Selv om enkelte ting er viktigere enn andre som representasjoner for kosen, er det først og fremst sammensetningen som avgjør om stua er koselig eller ikke. Det gjelder å skape en helhet som uttrykker ”ro” og ”harmoni” i motsetning til imaginær uro og kaos.

*(...) at ingenting matcher. At ikke du får noen helhet, at det blir litt urolig. Da blir det ikke lunt.” (Else)*

Det fremgår at det koselige er avhengig av en viss mengde ting, slik også Gullestad (1989) skriver. Stua må imidlertid ikke ”overlesses” og ”tingene må ikke slå hverandre i hjel”. I følge Line handler det om å få til et ”koselig kaos”, som hun sier betyr ”ikke så rotete at det blir ulevelig og ikke så ryddig at det blir stivt”. Hun mener det dreier seg om å ha ”mange ting rundt omkring på en måte som blir naturlig”. Å få til at ting skal passe sammen på en naturlig måte og ”matche”, er ikke så enkelt som å holde seg til like typer ting og farger. Tvert i mot er det koselige knyttet til en meget balansert estetikk:

*”Det må være en helhet. I farger og stil (...) men det må jo ikke være for konformt. Det behøver ikke være for likt heller. Det må være litt sånn slentrende. Og det må ikke være for tertefint. Og ikke for forutsigbart. Altså du kan jo matche i hele stua, og hvis alt matcher og alt er rett, så blir jo det kjedelig også. Hvis alt passer til hverandre, og alt er i samme stil, så hadde det blitt kjedelig. Så en må på en måte brette opp så det ikke blir så striglet. Og det jeg mener med striglet er alt går på skinner, altså. Det er ikke koselig og det vil jeg ikke ha.”*  
(Nora)

Kosen omtales som slentrende og naturlig til forskjell fra det iscenesatte og konstruerte. Den befinner seg i kontrasten mellom orden og kaos, det stygge og det pene, det konvensjonelle og det spennende og det varme og det kalde. Blant annet. Ikke for mye av noe, ikke for lite. Den varme gulfargen har derfor fått kalde blå kontraster, det gamle bordet har fått følge av en moderne lampe og sofaen med rette linjer danner sittegruppe med ”krøllete” stoler. Denne balanserte ”mismatchingen” er del av koden for både ”koserne” og ”antikoserne”.

En gammel skikk for brudens utstyr er at det skal være ”something old, something new, something borrowed, something blue”. Den koselige stua kan knyttes til en lignende symbolikk som jeg tror har å gjøre med det å binde sammen fortid og fremtid, tiden og menneskene som var, med det og de som er. Noe kjent (og kjært) og noe nytt (og spennende). For at kosen skal være ”ordentlig”, må sammensetningen fremstå som autentisk gjennom brudd med det forventede. Med referanse til Douglas (1966), skal det i denne sammenhengen være noen ”matter out of place”, fordi uten noe urent i det rene, konstituerer ikke kosen seg som ekte.

## Den ukoselige tv’n

Interessen for å gjemme eller få tv’n ut av stua er særdeles stor for samtlige informanter, ”kosere” som ”antikosere”. De 4 som ikke har tv i stua men i egne tv-stuer, er svært fornøyde med denne organiseringen, selv om dette betyr at de bruker (fin)stua mindre. De bruker rommet med tv mest ”for der er tv’n og sånn”. Blant det øvrige flertallet som har tv i stua, blir den omtalt som et problem og et nødvendig onde.

*”Nå har vi klart å skjule nesten alt vi har av tv, stereo og sånn her i det store skapet. Jeg vil helst ikke at noe skal stå fremme. Jeg liker det ikke. Det er så stygt. Stygt og svart.” (Kari)*

Tv er et teknologisk, moderne produkt og innredningene de skal passe inn i har ofte røtter i det før-industrielle (Rybczynski, 1987). Den typiske bestemmelsen av ”kosernes” stil er ”en litt sånn blanding av gammelt og nytt”, men at smakspreferansene er nærmere det gammeldagse enn det hypermoderne. Ønsket om å skjule tv’n for dens utseende og funksjon, kan sees som en måte å stenge den moderne verden ute fra hjemmet på. Arkitekten Rybczynski (1987) er opptatt av denne forklaringen. Ikke minst til sin egen faggruppe, argumenterer han for at hjemlighet ikke handler om teknologi, men om en forestilling knyttet



til komfort og velvære<sup>28</sup>. Dette dreier seg om fundamentale behov og følelser som fordi de ikke dekkes av nåtiden, skaper en fortidig og nostalgisk orientering til hjem og innredning (Rybczynski, 1987).

At informantene ikke liker tv'n fordi dens utseende og funksjon ikke assosieres med nostalgiske hjemlighet, kan være en grunn. Avversjonen kan imidlertid også forstås i lys av identitetsmessige symbolverdier. Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton (1981) fant for eksempel i sitt studie, at det var få ting i hjemmet som var beheftet med så mange kontroverser og ofte skam, som tv-apparatet. I utvalget er det en typisk holdning at synlig tv indikerer et forhold til tv'n som de ikke vedkjenner seg.

*"Ja, altså det se jo ut som tv'n er midtpunkt i familien, og det liker jeg ikke for det er den ikke. Og jeg synes det er fryktelig dumt, når folk kommer inn her så er det liksom sofaen og bordet og så tv'n. For vi ser jo nesten ikke på tv. Vi ser nyheter og barne-tv." (Nora).*

Nora mener de har et svært selektivt forhold til det å se på tv, men at dens plassering tilsier noe annet.

Det kan være at de som har tv i stua ser mindre på tv enn de som har tv-stue. Det kan også være at en synlig tv i større grad truer de inntrykkene en ønsker å avgi. Tv-slaver forbindes med noe sløvt og passivt, og tv på hedersplass i stua øker risikoen for mistanke når det fortolkes som tegn innenfor en normativ, kulturell kontekst. Gullestad (1984) mente for eksempel at akademikers avversjon for fine tv'er på 70-tallet kunne sees som en negasjon til verdier de tilskrev ikke-akademikere og lavere klasser. At man ikke passivt sløver foran tv'n (Gullestad, 1984) synes også for mine informanter å være et viktig signal å gi utad.

*"Det at man putter tv inn i skap signaliserer at tv ikke er det mest sentrale ved deg, altså. Klart." (Hanne)*

Å unndra den offentlighet, gjemme tv'n i et skap eller på eget "privat" rom, kan være en måte å kontrollere signaler på, slik Hanne er inne på. Kulturelt fortolket, kan dette med Goffman (1992) sees som en kultivert restriksjon fordi dannelsen krever et måtehold i forhold til tv. I lys

---

<sup>28</sup> Ifølge Rybczynski (1987) skriver hjemmefølelsens oppkomst seg tilbake til borgernes utvikling av det private hjemmet. I denne prosessen ble det skapt en interiørbevissthet der rom og ting ble tillagt liv og mening utover konkret funksjon.

av skillet mellom det offentlige og det private, synes det tydelig at tv'n tilhører hjemmets private sfære, men ikke den koselige.

Slik "koserne" omtaler kosen handler det om en kvalitet som går utover tingene i seg selv. Jeg vil oppsummere forståelsen av kosen med en oversikt over kosens distinktive elementer, de autentiske og fortolkede. Jeg starter med de symbolene som er mest digitale (denotative) og beveger meg over til de som er mest analoge (konnotative) (Frønes, 2001).

DET KOSELIGE	DET IKKE-KOSELIGE
flere ting	få ting/sterilt
mer enn funksjon	funksjon
grove, rustikke materialer/tre	spinkle, blanke materialer/stål/respatek
myke overganger	skarpe kontraster (hvitt og svart)
tv-fritt	tv
et nostalgisk preg	et hypermoderne preg
balanse: ikke for mye, ikke for lite	ubalanse: for mye, for lite
blanding av ulike ting og stiler	alt i samme stil
spennende, morsomt	kjedelig, trist
varmt/imøtekommende	kaldt/uvennlig/utvendig
levende	dødt
rolig, harmonisk	kaotisk/urolig/overlesset
slentrende/naturlig	striglet/oppkonstruert/fint og flott
menneskelig/antimaterialistisk	tingorientert/materialistisk
mening/opplevelse/følelse	meningsløst/vare/forbruk

## Den tvetydige kosen

*"Hvilken stil du fører inn har ikke noe med saken å gjøre. At du klarer å få til en helhet som virker, ja, det er koselig." (Else)*

For 'å få til en helhet som virker', skape en koselig stue, må det eksistere en materiell konvensjon som tilsier hvorvidt noe faller utenfor eller innenfor det ordensbildet det koselige utgjør. Metaforene knyttet til kosen og beskrivelsene ellers, kan tolkes som en konvensjon.

Liv, lunhet, varme, ro, harmoni og nostalgi, slentrede og med tilfeldige spor av livet som leves i rommet, er gjennomgående trekk for kosen. De viser hen til ekte verdier i motsetning til det kalde, materielle og betydningsløse. Dens fremste representasjoner som peis, planter, bøker, gamle ting og kunst, kan godtas fordi de representerer noe annet enn det materielle og representative. De knyttes til noe indre, noe privat. Jeg tror det er rimelig å si at kosen er knyttet til en idé om det private rommet, der en slapper av og ”er seg selv”.

Hva er det eventuelt som gjør at denne konvensjonen ikke ’virker’ for alle?

Kosen er ikke bare lite profesjonell, den er så forbasket *banal*. Gud og hvermann er innvidd i kosen. Den er rett og slett for alminnelig til at mennesker med individualistisk innstilling kan trives i den. (...) Den er ubrukelig for ethvert sosialt markeringsbehov. Derimot signaliserer *avkall* på lunhet og varme et kulturelt avansement. (Rolness, 1995:253)

I følge Rolness er holdningen blant ekspertene at kosen er alminnelig og tilgjengelig for alle, hvilket gjør den lite å strebe etter for mennesker med ”individualistisk innstilling”. Sammenlignet med for eksempel arkitektenes fokus på funksjon og ”more is less”, fremstår det koselige som en enkel fellesoppskrift der det bare er å fylle opp med ting og tang slik at det blir varmt og hjemlig, men ikke estetisk (Rolness, 1995). Det sees som en rent følelsesmessig konstruksjon uten spor av distinktiv kognisjon og individuell vurdering. I dette perspektivet synes kosen å forstås som en klisjé, noe som mangler autenticitet og dybde og som står i motsetning til det ekte, personlige og autentiske (Frønes, 2001).

”Antikoserne” i mitt materiale gir uttrykk for en slik holdning. To forskjellige kvinner med forskjellige hjem og interiører har til felles at de betrakter det koselige som en konvensjonell, bonderomantisk, overlesset og ukritisk stil som står i motsetning til deres idealer om moderne enkelhet, ungdommelighet og estetisk raffinement. Kristiane betegner for eksempel stilen sin som ”kanskje mer spennende og morsom” og ”litt barnslig” i forhold til det vanlige. Ylva ”liker ikke masse stæsj” og vil ha det lyst og moderne, blant annet fordi ”du skal jo se at det er et ungt par som bor her”.

Med sine henvisninger til det menneskelige og hjemlige fremfor stilmessig utseende, fremstår også basale, allmenne og generelle følelser som det viktige for utvalgets ”kosere”. Mange av dem (men ikke alle) har et varmere, mindre kontrasterende og mer nostalgisk preget interiør enn ”antikoserne”. Dette er tegn som kan tilsi at ”koserne” i en noe større grad forvalter en fortidsorientering. Kontrasten mellom nytt og gammelt er for eksempel viktig for

alle, men mens det gamle får hedersplass hos ”koserne”, kan det synes som det er omvendt hos ”antikoserne”:

*”Det glass-skapet er sånt jeg liker. Veldig moderne. Jeg synes det er kjempetøft. Og det synes jeg er fint til noe gammelt, så jeg behøver ikke bare å ha det moderne.” (Ylva)*

Slik jeg evner å se det, handler det ikke om store forskjeller, men om nyanser basert på felles konvensjoner. Nyansene kan likevel være svært viktige for de som kjenner koden, og dette kan også omfatte språket en bruker. Rolness (1995) mener for eksempel at det i nyansen mellom begrepene koselig og hyggelig ligger en klassemessig motsetning der hyggelig fungerer som en distinksjon fra det vanlige og folkelige<sup>29</sup>. ”Antikoserne” tar nettopp avstand fra det koselige men ikke det hyggelige. Deres reservasjon kan følgelig bare handle om en større språklig bevissthet i forhold til et kulturelt smakshierarki.

”Koserne” assosierer ikke det koselige med dårlig smak. Tvert i mot. I motsetning til opposisjonens påstander, forener de det koselige med en ’individualistisk innstilling’.

Kos og koselig er begreper som gir rom for tolkninger og konstruksjon av mening. Jeg tror kosens konvensjoner fungerer som en vidt definert ”standardpakke” som umiddelbart tilslører det at kosen også er knyttet til en svært bevisst og normativ estetikk som krever symbolsk kompetanse. Betraktet som klisjé, noe kjent og vagt, har det koselige nettopp den evnen å nå mange, men kunne fortolkes ulikt (Frønes, 2001). Innenfor det overbyggende og uttalte er det klare regler om å utvise individualitet og ekspressiv særegenhet og kodene for dette er snevrere. Brudd med tradisjonelle regler er eksempelvis viktig for alle informantene. Originalitet i form av det morsomme, det uvanlige og det spennende likeså. I hvilken grad en gjør det, eller opplever å gjøre det, vil sannsynligvis være knyttet til det snevre. Poenget synes å være, også med den alminnelige kosen, at den er tilpasset en kultur der det gjelder å være ekte og personlig, på en kultivert måte. En ”helhet som virker” skal presentere det individuelle og unike meg’et og moralen er tydelig: Du og dine (verdige) verdier skal gjenspeiles. I motsetning til bøker, bør tv’n ikke være del av disse.

Kosen, som en konstruksjon og en følelse, står helt klart lagelig til for et vidt spekter av tolkninger. Jeg ble som nevnt, ofte overrasket over hvordan kosen tok det materielles plass på direkte spørsmål om selvpresentasjon. Et perspektiv jeg synes er spesielt interessant for å

---

<sup>29</sup> At begrepet koselig nesten er fraværende i interiørblader, kan være tegn på dette.

forstå anvendeligheten av begrepet, er Bordieus teori rundt et symbolsk arbeid han kaller eufemisering. *"Eufemismen er det som gjør det mulig å si noe samtidig som en ikke sier det..."* (Bordieu, 1996:84). Eufemisering er betegnelsen på det å fornekte eller ikke gjøre eksplisitt den økonomiske dimensjonen ved en handling, et kjøp eller en virksomhet. Det som gjør at kirken kan fortrenge sin økonomiske virksomhet til fordel for sin religiøse, og at overklassen kan fortrenge sin tillærte kunnskap om kunst til fordel for sin naturlige smak for kvalitet (Bordieu, 1996). Dette kan høres ut som en løgnaktig strategi, men i følge Bordieu er det et viktig poeng at det ikke er snakk om å lyve. Det handler om at en overfor fenomen som er tvetydige, som er knyttet både til kapital og ikke-kapital, forskyver sannheten om hva det er, til felt dominert av inderlighet (Frønes, 2001). Eufemisering er del av en sosial orden og handler om å utforme og holde på formene i henhold til de verdiene som eksisterer innen denne konteksten. Det er et kollektivt fortrengningsarbeid som sikrer at motsetninger kan sameksistere (Bordieu, 1996).

Ser vi det koselige som en eufemisering, fremtrer det som en retorikk som setter fokus på det allmenne og menneskelige fremfor det mer egoistiske, som individuell statusmarkering og fremvisning av økonomisk og/eller kulturell kapital. Dette vil sannsynligvis være en strategi i overensstemmelse med norsk likhetstankegang som tradisjonelt har krevd at boligen ikke må komme for tydelig frem i folks selvpresentasjon (Nørve, 1983b, Kjølørød, 1981, Gullestad, 1989). En skal ikke virke skrytende fordi vårt beskjenhetsideal er del av vår moralske orden (Gullestad, 1989). Bordieus begrep om eufemisering har mye til felles med en kulturell dobbelthet som Nørve (1983) har skrevet om:

"Vi lever med en dobbelthet: På den ene siden markerer vi ulikheter gjennom varene vi velger å omgi oss med. Dette er ofte villet og bevisste handlinger. På den andre side underkommuniserer vi de samme verdiene og ulikhetene gjennom verbale handlinger, gjennom måten varene og varevalget blir omtalt på." (Nørve, 1983b:60)

Å gi for eksempel praktiske begrunnelser for estetiske valg mener Nørve er en funksjonell retorikk fordi den ikke fremmer ulikhet når likhet er en sentral verdi. Dette betyr likevel ikke at det materielle ikke tillegges viktige betydninger. Fremfor å si det direkte, lar man hjemmet snakke for seg.

Eufemisering eller dobbelthet tror jeg er et godt perspektiv på kosen. Motiver som at "det skal være koselig å komme hit" støtter oppunder kulturelle verdier som likhet fremfor selvhedding, og idealisme eller antimaterialisme fremfor materialisme. Det er for eksempel

skrevet om vår kultur at vi liker å se på personlige kvaliteter som aspekt ved identiteten som ikke er påvirket av materielle eiendeler og velstand (Dittmar, 1992). Vi er opptatte av hvem en "egentlig" er bak ytre staffasje. Det materielle står på en måte for noe falskt og overflatisk, og dette nedtones ved å fokusere på det ikke-materielle og mer ekte. Kosen er et godt begrep for å overskride skillene.

Betraktet som metafor er kosens betydningsinnhold flytende og vil variere med tid, rom og sosialt miljø. Betydningen konstrueres og rekonstrueres kontinuerlig og kan selvfølgelig betegne forskjellige ting for forskjellige individer. Jeg har i denne utlegningen lagt vekt på det som er felles retorikk rundt kosen blant en forholdsvis homogen gruppe informanter. Deres kos ser for eksempel ganske så annerledes ut enn det den gjorde for arbeiderklasse-kvinnene i Gullestads (1984) studie fra en drabantby på 1970-tallet. At det er koselig er imidlertid for begge grupper en "hedersbetegnelse" (Rolness, 1995), og viser at kosen består som ideologi selv om dens innhold endrer seg.

## Å skape en stue til forskjell fra andres

Informantene ønsker at andre skal oppfatte stua deres som koselig. Når de skulle utdype dette, fortalte de om hva de ikke ønsket. I følge Mary Douglas (1996) er dette et typisk mønster som er knyttet til at vi har lettere for å vite hvem vi ikke vil være enn hvem vi faktisk vil være.

Hun mener derfor:

To understand shopping practices we need to trace standardized hates, which are much more constant and revealing than desires. (Douglas, 1996:83)

Hvilke fortolkningskategorier informantene orienterer seg bort ifra er temaet her. Mot parolen om at alt er mulig og at individet står fritt til å utforme sitt eget uttrykk, vil dette avsnittet vise at selv det individuelle uttrykket har normativt foreskrevne uttrykksformer.

### "Ikke sånn helt standard"

*Jeg ønsker ikke å fremstå som en sånn...som et sånt hjem du kan kjøpe ut av en katalog. Ikke sånn helt standard. Det ønsker jeg ikke å være. Hvem ønsker ikke det.. alle vil være litt spesiell (latter). Ikke sånn du kjøper rett ut av en katalog, liksom. (Kristiane)*

Kristiane og informantene forøvrig håper at folk vil oppfatte hjemmet deres som litt spesielt. At dette er viktig, forteller de sterke aversjonene mot "det som alle andre har", "det du får kjøpt overalt", "ser overalt" og "som det går 42 av på dusinet". Jeg kaller forestillingen om dette en aversjon mot Den Standardiserte Stua. Den assosieres med lav status, dårlig smak, kjedebutikkens salg og den store massens kjøp<sup>30</sup>. Å ha slike innredninger ble omtalt som en passiv tilslutning til kjedebutikkens masseproduserte direktiver og det å selv være uten fantasi og interesse.

Den standardiserte stua ser ikke lik ut for alle, men rommer den enkeltes forestilling om det som er "standard", "upersonlig", "kjedelig", "smakløst" og tilhørende "yesterdays news";

*Sånne gardiner som du liksom drar opp så blir det sånne rysjer og kapper, det synes jeg ikke noe om. Og store buesofaer, det synes jeg er helt forferdelig. Det må ikke være sånne knapper*

---

<sup>30</sup> Kjedebutikkene det ble henvist til med negativt fortegn var Skeidar, Bohus, A-møbler og Det Norske Møbelsenteret. Ikea representerte noe annet og bedre enn disse kjedene for informantene.

*og sømmer. Men folk har det vel fordi de bare lar seg påvirke av det de ser. På de derre kjedene så ser alt sånn ut. (Kristiane).*

*Jeg vil ikke ha sånn stil fra Bohus-katalogen (latter). Det blir så veldig sånn som går igjen. Sånn syrebeiset. Vi har jo også hatt syrebeisete møbler engang når det kom så voldsomt. Nå kunne jeg ikke tenke meg det, altså. Det ble jeg ganske lei av. Og alle har det, ikke sant. Og du ser det i alle kataloger. Jeg vil ha noe som du ikke ser overalt. Kanskje litt originalt. (Kari)*

Aversjonen mot Den Standardiserte Stua er langt på vei en motstand mot det masseproduserte og massekultur. Dette er interessant selv om det ikke representerer noen nyhet. Fra masseproduksjonen startet, har grupper i samfunnet tatt avstand gjennom å søke andre former for forbruk (Sellerberg, 1979). Spesielt har middelklassen assosiert en uønsket ensretting med standardisert produksjon og masseforbruk (Southerton, 1998, jmf. også Kopytoff, 1986). Herværende utvalg representerer i så måte intet unntak. De slutter seg til ideer om individualisering og personalisering, og verbaliserer en bevisst distanse gjennom ulike strategier hvorigjennom eget interiør oppleves og/eller fremstår som noe annet enn det standardiserte hos massene<sup>31</sup>. Denne distinksjonen var den klart sterkeste i utvalget.

## **"Ikke sånn snobbete"**

En annen type hjem som det tas avstand fra, var de der informantene mente at intensjonen hadde vært å gjøre det fint og flott, men at det var så stivt og pertentlig at det ikke føltes godt å være der. Jeg kaller dette "Den Snobbete Stua" og den ble assosiert med penger, formalitet, materialisme og statusfremvisning.

*Det skal ikke være sånn pent og pyntelig og vise-frem og sånn stivt. Du føler deg ikke vel. Det skal være levelig. Jeg har en venninne som har det så pent og ryddig hos seg at det er en fryd og der sitter jeg pent og pyntelig og må'kke-søle-noen-ting! (Sissel - med ironi).*

*Jeg ville ikke likt at folk skulle oppfatte at jeg har ting for at det er fint og flott, og at jeg på en måte skal vise hvor fint dette er. (...) Det er et eller annet sånn snobbete og litt sånn*

---

<sup>31</sup> I lys av Bordieu (1995) kan vi se aversjonen mot det standardiserte som "avsmak for det lettvinne". Det lettvinne er slikt som ikke krever høye kulturelle kostnader, som er enkelt å forstå og som gir "for umiddelbart tilgjengelige gleder" (Bordieu, 1995: 250). I kraft av sin enkle skjønnhet er det lettvinne forførende på de som ikke skjønner bedre. Slik blir også Den Standardiserte Stua omtalt av enkelte informanter.



*småborgerlig. I den stilen hvor man har så fine møbler og så fint at man ikke kan bruke det. At man har ting for at det er dyrt og fint. (Hanne)*

Kjetil Rolness (1995) hevder i sitt studie av den norske kosen, at nordmenn har en generell motvilje mot *formfullendte interiører som voktes så nidkjært at gjestene ikke makter å slappe av og føle seg vel*" (1995:237). Dette stemmer med informantenes antipatier. Den Snobbete Stua appellerer ikke til å slappe av i. Den utsier et formelt, høytidelig språk, og kaller på formell, høytidelig atferd. Forestillingen er at disse interiørene koster mange penger og at de snobbete beboerne ikke har andre verdier å vise for seg enn sin (tilsynelatende) velstand. Det materielle har utkonkurrert den menneskelig kosen. Som en motsetning til denne typen hjem og beboere fremholder informantene egne verdier som uhøytidelig, uformell, avslappet og jordnær.

### **"Ikke sånn at det ser kjøpt ut"**

En siste variant av hjem det ble tatt avstand fra er de jeg kaller "Den Lettkjøpte Stua". Dette er den noe pengesterke "juksemakerens" hjem.

*Jeg vil ikke ha et Green Apple<sup>32</sup> hjem. Altså, jeg vil ikke at det skal se kjøpt ut. Jeg vil at det skal se ut som om du bor et sted, at det er et hjem rett og slett. Og et hjem kjøper man ikke i sin helhet. Det setter man sammen over tid. (...) Vi har mange venner som fikk penger veldig fort, og som plutselig kjøpte seg et hjem. Og de kjøpte bøker. Altså de kjøpte meter med bøker. Og sånn kan ikke jeg ha det. Du kan ikke komme inn et sted hvor alt er akkurat sånn som det er i siste Bonytt. (Ylva)*

Statusfremvisning er også knyttet til Den Lettkjøpte Stua, men på en mindre tradisjonell og iøynefallende måte enn i Den Snobbete Stua. Den assosieres med at det som for utenforstående ser ut som god og eksklusiv smak, egentlig bare handler om å ha penger nok til å kopiere det som er det riktige i tida. Det ligger ikke noe personlig (approprierings-) arbeid i innredningen og den reflekterer ikke beboerens historie eller sanne identitet slik inneforståtte kjenner dem. Hjemmet har blitt til for fort og det blir som en "kjempestilig"

---

<sup>32</sup> Green-Apple er, på intervjudtidspunktet, en interiørbutikk på Aker Brygge i Oslo med høye priser. Den har høyere status enn de rimeligere kjedebutikkene. Dette påstår jeg ut fra at den ofte blir nevnt i interiørmagasiner og på informantenes utsagn, på prisforskjell og det faktum at kjeder selger i langt større volum enn en enkelt butikk.

utstilling i et interiørblad eller i en dyr interiørbutikk uten spor av de (historiske-) symbolene som "ikke passer inn, men som er dem". Forestillingene rundt hva som er galt og hva som er riktig fremstår tett knyttet til et granskende, moralsk blikk, skriver Löfgren (1993). Den Lettkjøpte Stua er i større grad enn de andre avversjonene forbundet med umoral. Informantene synes å oppfatte dette som juksemakeri, som et strebersk forsøk på å kjøpe seg til en bedre plassering i det sosiale (smaks-) hierarkiet. Annikas opplevelse underbygger også en slik tolkning. Vennene hadde fått en "lekker" stue, men *"Stilen i stua passer ikke med de som bor der og med resten av huset."* Ut fra det hun ellers visste om beboerne og deres livsstil, mistet stua all sin glans. *"Jeg er veldig var på dobbeltkommunikasjon"*, forklarer hun.

Flere har skrevet om problemene med å kopiere seg til en materiell identitet. I følge Bordieu (1995) vil en for eksempel ta kulturen i gruppen en ønsker seg til for alvorlig til å kunne oppvise den naturlige holdningen som kjennetegner fortrolighet med kulturen. Mangler en den nødvendige kulturelle kompetansen, vil en også mangle viktig kunnskap om koden i den gruppen en søker seg til. I relasjon til det samme skriver Nørve (1991):

One can go into the right shops and buy things in colours that are "right", individually. But one does not manage to produce the personal expression that shows that the resulting home is personally created (Nørve, 1991:54).

Konsekvensen av "kopieringen" kan være at noe en ønsket skulle være attraktivt og statusfremmende, blir oppfattet som upassende og derfor dumt. Med manglende autentiske spor, får ikke stua den statusen den påberoper seg. Den blir bare et tegn på penger. Dette er Mona inne på når hun forteller om stua til en bekjent av seg;

*Og det var i utgangspunktet en veldig allright stue, svær, med lekker peis. Men der er det sånn som jeg ikke kunne tenke meg. Liksom stilt opp tre forskjellige sofagrupper. Og sånn veldig sånn at du ser at tingene er dyre, men det er på en måte kjøpt sånn som de sto i butikken og så er det satt akkurat sånn inn hjemme. Altså, de har ikke prøvd å mikse eller kombinere eller sette noe personlig preg på noen ting. De har ikke en egen touch på ting, så det ser veldig glatt og kjedelig ut. (Mona)*

Mona oppfattet denne stuen som et forsøk på å bo standsmessig uten at beboeren kvalifiserte seg med passende standsmessig kompetanse. Det ble mye penger, men lite personlighet. En "kjøpt" innredning uten autentiske spor som skiller den ut og/eller som kan tilbakeføres til beboerens historie, verdsettes ikke av informantene uansett hvor lekker den er.

I motsetning til eierne av disse hjemmene knytter informantene seg og sine hjem blant annet til verdier som ujølete, upretensiøse og, ikke minst, ærlige.

### **Innredning i et kulturelt rom.**

Sellerberg har beskrevet endringen i innredningsmoten som skjedde etter 60-tallet som en helomvending fra å ha det alle andre har, til å ikke ville ha det alle andre har (Nørve, 1983a). Kosen har fulgt med i den økende individualiseringen. Ingen i utvalget vil være vanlig, alle vil skille seg ut. Estetikk, kreativitet og ekspressivitet er viktige element for å gjøre det personlig. Å være noe innovativ, altså være tidlig ute med det nye før det blir allment populært, unngå det standardiserte fra kjedebutikker og interiørmagasiner og bruke egen fantasi og historie i skapelsen av noe eget er eksempler på informantenes distinksjonsstrategier. Kulturelle og moralske grenser trekkes og indikerer en felles tankemåte omkring hva som er riktige verdier å tilføre hjemmet.

Douglas (1996) hevder at smaksmessige preferanser funderes på smaksmessig intoleranse. Fordi folk har lettere for å vite hvem de ikke vil være enn hvem de faktisk vil være, definerer de seg selv i opposisjon til det ikke-ønskede. Aversjon og protest mot det vi ikke ønsker er følgelig det viktigste redskapet for individuell navigering i det sosiale landskapet. Douglas' utgangspunkt er nettopp at valgene individene gjør må sees som sosiale handlinger der en støtter oppunder en ønsket modell av samfunnet, og protesterer mot en annen. Integrasjon og konflikt er derfor sider av samme sak. Hun mener kulturen består av fire delkulturer og tegner dette i et kulturelt kart:

	Svak gruppe	Sterk gruppe
	Lavt standardiserte valg	Høyt standardiserte valg
Sterk struktur	B. De isolerte - frivillig eller tvangsmessig. Unngår kontroll og deltar ikke i det sosiale spillet. Uforutsigbar og anti-autoritær.	C. Hierarkistene - verdsetter formalitet og differensiering. Følger etablerte tradisjoner.
Svak struktur	A. Individualistene - verdsetter konkurranse. Spontane utfordrere til det etablerte og formelle.	D. Enklavistene -egalitære utbrytere. Verdsetter spontanitet og frie forhandlinger, og er fiendtlig innstilt til makt og øvrige måter å leve på.

(basert på Douglas, 1996:43)

I følge modellen er det i en bestemt kontekst, for eksempel den hjemmet utgjør, ikke mulig å tilhøre to kulturer på samme tid fordi de er i symbolsk og gjensidig opposisjon til hverandre. De konkurrerer, og som hun sier, kulturen er en konkurranse om dekorasjon like så mye som noe annet (Douglas, 1996). Dynamikken mellom delkulturene beskrives som en allianse mellom regelfølgere som aksepterer ledelse og dominerende, versus de som protesterer mot, eller isolerer seg bort fra det samme og følger sin egen vei. Det som er positivt for den ene alliansen, er negativt for den andre.

Prinsippene rundt Douglas' kulturteori synes anvendelig for forståelse av informantens holdninger og preferanser. Deres likeartede oppfatninger av hva som er bra og ikke, tyder på at det eksisterer noen felles klassifiseringer som har preget og preger informantenes orientering til hjeminnredning. I lys av Douglas fremtrer aversjonene som funksjonelle fordommer. Gjennom klassifisering av ulike innredningsstrategier utvikles definisjoner på hva som er riktig og galt, rent og urent, og disse distinksjonene gir mening i forhold til å støtte oppunder og legitimere den sosiale forfatningen de selv inngår i.

Slik jeg har fremlagt det, tar informantene avstand fra måter å innrede på som bryter med verdier de slutter seg til. Oppsummert ble den Standardiserte Stua blant annet knyttet til massen, til kjedebutikker og til smakløshet. Aversjonen synes å handle om masse og kulturell ensretting på den ene siden, manglende interesse og evner i forhold til smak og innredning på

den andre. Den Snobbete Stua knyttes til fremvisning, formalitet og penger. Aversjonen synes å være rettet mot det pretensiøse, mot formalitet og hierarki. Den Lettkjøpte Stua kobles også til fremvisning, men enda mer til umoralsk falskhet. Den riktige, men upersonlige innredningen avsløres som et forsøk på å kjøpe god smak. I dette synes det å ligge en motstand mot forbruk og materialisme, falsk selvpresentasjon og sosial klatring. Blant annet. Oversetter vi negative assosiasjoner til positive ideal, bør innredningen stikkordsmessig appellere til hyggelig, uformell avslapping, være enkel, jordnær og i statusmessig overensstemmelse med eieren, altså være ekte, og ha en "vri" som gjør den annerledes og som forteller at den er personlig skapt over tid. Som dikotomiske opposisjoner kan forholdet mellom noen av verdiene settes opp slik:

DET NEGATIVE HJEMMET	DET POSITIVE HJEMMET
upersonlig	personlig
masse (standardisert)	individ (unikt, annerledes)
formell (stiv, utstilling)	uformell (avslappet, trivsel, hjemlig)
materialisme (fint og flott)	antimaterialisme (koselig, hyggelig)
kjøpt (forbruk, andres skaperverk)	skape selv (arbeid, kreativitet, kompetanse)
umoralsk (jålete, pretensiøs)	moralsk (nøktern, jordnær)
falsk	ekte

Den aversjonen og protesten som kommer til uttrykk mot det informantene ikke ønsker og den forsiktigheten eller forlegenheten som fremkommer med hensyn til ønsker for seg selv, vil i følge Douglas (1996) være tegn på at de navigerer i et landskap bestående av opposisjonelle kulturelle grupper. I et slikt system er forlegenhet en respons på den bedømmelsen som foregår og avhenger av evnen til selv å bedømme (Douglas, 1996:75). Informantene vurderer andre og vet at andre vurderer dem.

Overføres forestillingene om ikke-ønskede stuer inn i Mary Douglas' kulturelle kart, kan Den Standardiserte Stua forsøksvis tilhøre de isolerte på grunn av sin manglende vilje eller evne til å konkurrere, Den Snobbete Stua kan tilhøre hierarkistene på grunn av preferansen for det formelle og tradisjonelle og Den Lettkjøpte Stua kan tilhøre individualistene på grunn av sitt ønske om perfektjon. Slik informantene omtaler sitt eget og sine idealer, plasserer de seg blant utbryterne, som enklavister i opposisjon til ulikhetene i det komplekse hierarki, storhet

og ekstragavanse blant individualistene og fremvisningen blant hierarkistene (Douglas, 1996). Imidlertid må denne sammenligningen bare sees som et tankemessig eksperiment. Først og fremst synes de "krigerske" prinsippene rundt modellen å bidra til en kulturell forståelse for den bedømmelsen som foregår i tilknytning til innredning og den funksjonen dette kan ha for informantenes opplevelse og legitimering av seg selv og sitt hjem i forhold til "de andre". Som Danielsen har påpekt behøver aversjoner ikke å handle om å ta avstand fra noen, men snarere det ubestemte "noe" som en opplever vil bryte med ens personlige verdighet (Danielsen, 1993).

# Å skape en personlig stue

## ”Selvgjort er velgjort”

Samtalene avdekket at ”å få det til” ofte innebar mye slit og vanskeligheter. Kunne det være en løsning å få hjelp av profesjonelle innredere?

Flere svarer umiddelbart positivt når jeg spør: ”Å, ja, det kunne vært spennende!”

Interiørarkitekter oppfattes som flinkere på innredning og kunne kanskje se helt andre muligheter i hjemmene deres. Tanken er tiltalende som et kreativt eksperiment. Å overlate arbeidet til andre kunne likevel ingen tenke seg. Selv om de hadde hatt ”hundre tusener av kroner”, for det handler ikke om økonomi.

*”Nei, for det tenker jeg, det skal jo være noe av meg og mine tanker i det som man gjør. Ja, for å føle seg hjemme. Altså, det har litt med tingenes affeksjon å gjøre. Det er sånn enkelte ting som man vil ha og som man ser på og som betyr noen ting. Altså som man har plukket ut selv. Hun naboen der har brukt interiørarkitekt og det blir veldig sånn upersonlig. (...) Det er på en måte veldig fine møbler og sånn, men det er liksom ingenting som sier noe ved personen som er der. Det er et eller annet ved å komme og titte inn hos folk, altså. (...) Du får en helt annen opplevelse av et menneske når du har vært hjemme hos dem og ser på tingene. Og du kan få så mye slutninger av det. Så jeg tenker at det SKAL være personlig, at folk skal på en måte se litt hvem som bor der.” (Hanne)*

Informantene tolker andre mennesker i lys av hjemmene deres og tar det for gitt at andre gjør det samme hos dem. Innredning fordrer identitetsmessig refleksjon i det det handler om å gi bilder utad som forteller noe om hvem en er og hvem en ikke er. Hanne illustrerer en forestilling, holdning og regel som er typisk i utvalget. Forestillingen er at å bruke interiørarkitekt gir et flott, men upersonlig resultat. Holdningen er at dette ikke er riktig. Det mangler hjemmefølelse i kraft av manglende personlighet, ”det som er deg”. Regelen er at hjemmet skal uttrykke eierens identitet. Egeninnsats er derfor nødvendig ikke bare for å føle seg hjemme (appropriert sted), men også for at det skal se personlig ut for andre.

*”Jeg får automatisk en følelse av om noen har gjort ting ut fra egne preferanser eller bare gjort det...bare har kjøpt det for å ha noe.” (Line)*

Aversjonen mot å overlate innredningen til andre begrunnes på flere måter og viser til at ønsker om forbedringer har sine estetiske, moralske og sosiale grenser. Også i dette perspektivet fremkommer det at det er et bedre mål å få det koselig og personlig enn ”kjempelekkert” som lett forstås som jåleri. Eieren av et ”fint og flott” hjem sammensatt av profesjonelle tilskrives snarere negative kvaliteter:

*”Litt sånn kanskje...altså venner og sånn som kommer – ”Ja, ja, har dere skaffet en eller annen som har hjulpet dere igjen...” Altså bare skaffer til huset og betaler og så ferdig med det. Det er mye morsommere å gjøre det selv. Du kan ta litt mer av æren for jobben enn når du setter det bort.” (Kari)*

Informantene tilskriver heder og ære til nettopp det å få det til. Å få hjelp av profesjonelle gir ingen anerkjennelse fordi dette knyttes til forbruk og ikke eget arbeid. En har da attraktive materielle goder, men får ikke tilskrevet en tilsvarende status (Nørve, 1983b:63). Slik Den Standardiserte Stua assosieres med manglende evne eller vilje til å realisere seg selv (gjennom det materielle) og Den Lettkjøpte Stua assosieres med juks og penger, slik også med dette. Hjemmet skal representere ”deg”, verken mer eller mindre.

*”Selvgjort er velgjort! (...) Det skal ikke være sånn fint for enhver pris, liksom. Det skal være sånn som jeg vil ha det. Og når jeg synes det er koselig å gjøre det selv så hvorfor i all verden skulle noen andre gjøre det da? Og så liker jeg da ikke ordentlig helt sånn innblanding (latter).” (Sissel)*

Individualistiske ideer gjennomsyrrer materialet. Det virker som at Sulkunen (1992) fanger tidsånden når han skriver at den nye middelklassen investerer sin ære og stolthet i individuell suverenitet, i private erfaringer som i offentlig fremvisning.

Under intervjuprosessen syntes mestring å være et stadig tilbakevendende tema. Utsagn som å få det til, finne det som er ”meg”, finne fram til det de ville ha, prøve seg, gjøre det annerledes, klare det som andre har klart, finne riktig balanse og lignende forstår jeg som ønsket om å mestre noe vanskelig, men viktig. Innredningskompetanse fremsto som et ideal.

*”Man blir jo automatisk fascinert av de som har det pent rundt seg. Lurer på hvordan de har fått det til og. Det er klart det. Jeg har alltid vært imponert over folk som har fått det til på en koselig måte”. (Line)*



Informantene syntes også å måle verdien av et hjem mer etter den personlige investeringen beboeren hadde nedlagt enn den økonomiske. I mange av eksemplene på hjem de liker var det nettopp fraværet av økonomisk kapital som var det fremtredende.

*"Jeg har noen venner (...) og de eier ingenting. De bor i en leid leilighet. Men de har den hyggeligste leiligheten jeg kan tenke meg. Den gjenspeiler de menneskene så ekstremt. Hva de er opptatt av og hva de liker. Og det er bare gamle loppemarkedsting, altså det er ikke skrot. De kan gå og kjøpe sånne små trebokser og polere de så de er glatte og blanke og fine. De er så ordentlige." (Ylva)*

De av informantene som følte å ha "fått det til" ønsket ikke å fremstille seg som "flinke", men vektla gleden og selvstendigheten i arbeidet. De utveksler ideer og "stjeler noen ideer", men helheten er deres, og dette er viktig. I forhold til å kjøpe hjelp eller ferdige innredninger, fremholdes dette på flere vis som ærligere og mer verdige forsøk på å få det fint.

*"Jeg påstår ikke at jeg har peiling, men jeg har i hvert fall interesse og synes det er gøy. Vi har jo venner som ikke har den interessen. Som har gått på et eller annet møbelhus og der har de handlet alt. Fått det kjørt hjem og stablet det opp i stua. Pang, pang, pang. Og der står det (...) Og da har du ikke brukt dine egne ideer og fantasier. Det kan bli fint og lekkert nok det, men. Det blir på en måte litt kjedelig. Jeg ville ikke hatt det sånn. Det samme hadde det jo vært med sånne interiørarkitekter hvis de skulle gjort alt." (Nora)*

"Regelfølgere" og folk med mer penger enn smak knyttes til et forbruksmessig og kommersielt stigma. Masseproduserte varer er del av interiøret også i informantenes stuer, men gjennom aktiv og fantasifull omgang med ting, frir de seg fra det stigmaet de knytter til utgruppene. Deres strategier støtter oppunder teorier som nettopp avviser synet på forbrukeren som passiv mottaker av det masseproduserte (bl.a. Campbell, 1987 og Miller, 1987).

Utvalgets vektlegging av egne evner (personlig investering) fremfor å få hjelp (økonomisk investering) kan forstås som et måtehold. Forbruket begrenses av en særlig estetikk hvor kompleksitet og kompetanse er viktige bestanddeler. Dette har mye til felles med hvordan Appadurai (1986) vil definere luksus. I stedet for å forstå luksus som en spesiell klasse av ting, knytter han dette til et forbruksregister kjennetegnet av varer som er vanskelig å skaffe, lite utbredt og som forutsetter spesialisert kunnskap for å kunne forbrukes korrekt. Varene er inkarnerte tegn som evner å signalisere komplekse, sosiale budskap (semiologisk

virtuositet) og de vil i høy grad fremstå som passende til forbrukeren og dennes kropp og personlighet (Appadurai, 1986). Som med luksusforbruk kan det å gjøre det selv handle om en retorisk utøvelse der informantene demonstrerer kompetanse i å velge ut og sette sammen til et hele som så signaliserer komplekse sosiale budskap tilpasset informantens personlighet (semiologisk virtuositet). I følge Danielsen (1993) handler moderne idealer for kulturell kompetanse i mindre grad enn før om å ta avstand fra massekulturen, men heller om å beherske den. Denne leken med symboler kan være en måte å gjøre dette på. Når informantene tar avstand fra det å bruke profesjonelle eller kjøpe en ”ferdig innredning” fordi det er kjedelig, synes dette å kunne knyttes til manglende ’virtuose’ evner. Det blir forstått som rent konsum og manglende kompetanse til forskjell fra den kreative produksjonen informantene gjør ved å tenke ut og sette sammen, ved å mestre.

Hva sier en så når en har brukt profesjonelle til å hjelpe seg med innredningen? Ylva er den eneste i utvalget med en slik erfaring<sup>33</sup>. Dette er ikke noe hun nevner før jeg spør direkte. Hun viser da til det som ble feil fordi hun fulgte profesjonelles råd. Denne unnfalldenheten sier noe om at hun forholder seg til den samme moralske og normative rammen som de øvrige informantene. Hun skiller også klart mellom den relativt lille hjelpen hun fikk, og det å overlate alt til profesjonelle:

*Ylva: Jeg har fått hjelp, men jeg kunne liksom aldri sagt til noen: gjør stuen.*

*IK: Hvilken forskjell gjør det, synes du?*

*Ylva: Jeg synes det skal være noe av oss der. Altså, noe som kanskje ikke helt passer inn, men som allikevel har verdi for oss.*

Som øvrige informanter er Ylva opptatt av at hjemmet skal gi uttrykk for hvem som bor der, at det er personlig og ikke ser ”kjøpt” ut. For henne var det nettopp for å få det slik at hun ba om hjelp, forteller hun. Noen av løsningene hun fulgte har gitt spennende kombinasjoner som hun aldri ville ha sett selv.

Ylvas erfaring med ”profesjonelle løsninger” synes å være at hun identifiserer seg med det hun er fornøyd med på samme måte som om hun har skapt det selv. Det hun ikke er

---

<sup>33</sup> Ylva synes å ha et stort nettverk med kompetanse på innredning og interiørarkitekten inngikk i dette. Hjelp av profesjonelle kan dermed i hennes tilfelle ha vært mer nærliggende enn om hun skulle ha henvendt seg til en fremmed.

fornøyd med approprieres heller ikke. Det forblir ”andres” og ikke ”mitt”. For Ylva har disse løsningene blitt eksempler på hvorfor en ikke bør bruke profesjonelle.

Forbruket i utvalget synes å være svært orientert rundt personlig innsats og det personlige særpreg og dette fremstilles som et moralsk anliggende.

### **...money can't buy you love**

Gjennom omtaler av gale måter å innrede hjem på, blir det tydelig at det er en ambivalent holdning til forbruk i utvalget. "Kjøpt" var et svært negativt stempel om andres hjem og innredninger. Hvorfor er det slik, hvorfor kan ikke hjemmet kjøpes?

I den norske varediskursen, der eliten moraliserer over folkets konsum, settes forbruket opp som en motsetning til ”meningen med livet”. Kunden – det handlende mennesket – fremstår som en dum og overflatisk person, blottet for dypere livsinnhold. (Erling Dokk Holm og Siri Meyer, 2004:9)

Som del av forbruksarenaen inngår hjemmeinnredning i et felt der det strides om mange temaer. Innen kritisk forbruksteori er det for eksempel en lang tradisjon for å betrakte det omfattende forbruket som noe kompensatorisk, unødvendig, overflatisk, falskt og moralsk mindreverdig (se bl.a. Horkheimer og Adorno i Featherstone, 1991, Grønmo i Otnes, 1988 og Blindheim i Blindheim, Jensen og Nyeng, 2004). Forbrukerrollen kan dermed være problematisk å identifisere seg med. Moral versus umoral og aktiv versus passiv er sterke temaer. Å være kritisk eller ta avstand, har på mange vis vært det politisk korrekte i nordiske kultur og miljødebatter. Et spissformulert eksempel er forfatteren Suzanne Brøgger som sier ”Jeg vil heller være forbryter enn forbruker” (Dagbladet, 25/8-01).

Jeg tror denne bakgrunnen må tas i betraktning for å forstå informantenes ambivalens. De er kjent med kritikken og forvalter den også selv. Jeg oppfatter at de uttrykker et kulturelt paradoks. Paradoks fordi måten varene brukes på ikke står i forhold til nyttebetraktningene som anlegges. Det ble omtalt som en selvfølge at man er opptatt av å optimalisere hjemmet sitt. At man orienterer seg i markedet, følger med i tida og får til en fin sammensetning av ting er en positiv verdi. Samtidig ’burde man egentlig ikke bry seg så mye om det’ og ikke la seg manipulere av mote og markedskrefter. En kan ikke bare kjøpe, skaffe eller skifte ut når det ikke er nødvendig.

*”Jeg har aldri vært så opptatt av mote. Jeg synes det er allright med ting som...altså ikke alltid kjøpe nytt. For det jeg er opptatt av, liksom i miljømessig tankegang at man kjøper og*

*forbruker ting. Man kan bruke ting på en annen måte og male og pusse opp og. Så det har vært noe av de valgene vi har gjort. At vi har beholdt ting og eller sett hvordan vi kunne bruke de på en ny måte. Det er en viss moral i det. Det synes jeg.” (Hanne)*

De fleste informantene kommuniserer opptatthet av dette. Å kjøpe bare for å kjøpe er feil. Eksempler på forbruk som fremstilles som mer akseptabelt er gjenbruk, arv, kjøpe brukt, kjøpe fordi trenger det og overveide kjøp. De kan ”skifte ut med god samvittighet” når noe er slitt eller de har hatt det lenge nok. Som tidligere berørt i analysen, synes også kosen å være en mer legitim grunn for forbruk:

*”Å skulle kjøpe nye møbler til kjøkkenet gleder meg veldig. At man får det lunt og trivelig og koselig rundt seg. Så det er liksom ikke det materialistiske, om du får diamanter eller om du får et nytt kjøkkenbord. Jeg tror man blir vel så lykkelig av et nytt kjøkkenbord.” (Else)*

Igjen, kosen og kosens ingredienser knyttes til materiell og menneskelig beskjedenhet og glede. Å kjøpe hjem og innredningstjenester assosieres med materialisme og umoral.

Penger er i vårt samfunn ikke moralsk nøytralt (Parry og Bloch, 1989). Det gjelder sannsynligvis på dette området som på mange andre, å skape avstand mellom pengene og tingene. I denne sammenhengen synes jeg Kopytoff (1986) bidrar med et interessant perspektiv. Han hevder at det i et samfunn alltid vil være en dynamikk, ofte en kamp, mellom hva som er en byttbar vare (kommodifisering) og hva som er ikke-byttbart, enestående og unikt (singularisering). Hva som er hva til en bestemt tid, bestemmes av, og varierer med klassifikasjon, kulturelt eller individuelt. I komplekse samfunn som vårt, vil konflikten først og fremst finne sted blant individene. Mens flere og flere områder underlegges kommersialisering med dertil homogenisering av verdier, forsvaret individet sine verdisystemer med diskriminering, klassifisering, sammenligning og helligholdelse. Forsvaret vil typisk være preget av inkonsistens og avvik, men det å forsvare seg, oppleves som en indre tvang for å legitimere det singulære selv, ovenfor seg selv og andre (Kopytoff, 1986).

Jeg synes informantenes fortellinger passer godt inn i denne teorien. De virker svært opptatte av å legitimere sitt forbruk og ”helligholder” det som ikke kan kjøpes (hvor som helst) og arbeidet med å finne det spesielle, kombinere og sette sammen. Det ”personlige” og unike skal ikke kunne kjøpes for penger og dette rettferdiggjøres blant annet moralsk (ærlig til forskjell fra juks) og ved å tilskrive høy ikke-pengemessig verdi til det å mestre det (personlig

til forskjell fra kjøpt). Semiologisk virtuositet kan betraktes som en mestringsstrategi i forhold til det masseproduserte. Klassifikasjonene kan fungere som et retorisk og sosialt distingverende luksusforbruk, slik Appadurai (1986) fremstiller dette, men samtidig er de i overensstemmelse med tradisjonelle holdninger i Norge, at forbruk til hjemmet skal være i tråd med idealer om flid, enkelhet og nøkternhet (Gullestad, 1989). Informantene fremstiller alle sin omgang med innredning på en måte som ikke bryter med slike idealer. Både avstand og tilslutning kan følgelig være del av forholdet.

Ikke mange sier det direkte, men jeg opplever altså at informantene i stor grad fremstiller forbruket sitt som moralsk. Hvorfor moralsk legitimering synes å være viktig, er uklart. For Bordieu (1984) er det å henvise til moral et middel for å bedre sin sosiale posisjon. Han mener at å verdsette moral blir særlig viktig for de som ikke har ressurser som penger og makt å sette inn i denne kampen. Annen forskning tilsier derimot at å overholde moralske grenser kan være mål i seg selv, også for de som har store ressurser. Michèle Lamont (1992) fant i sitt sammenlignende studie av den øvre middelklassen i Frankrike og Amerika at det forholdt seg slik. Hun fant også indikasjoner på at kvinner i enda større grad enn menn trakk moralske grenser fremfor for eksempel sosioøkonomiske i sosial klassifisering. Dette opplever jeg at også mitt utvalget gjør, selv om ”synlige” penger også er problematisk. Det synes for meg som at den moralen jeg finner hos informantene kan forene sosiale aspirasjoner med kulturelle normer. Den gir anledning til å forstå seg selv som suveren og nøktern på én og samme tid. Når veien fra interiørbutikken til hjemmet blir slettet ut eller omskrevet til personlig arbeid, fremstår det som mer moralsk og høyverdig.

# Å skape min(n)e ting

”Gå inn i din stue... Hvor liten den er, så rommer den noe ditt hjerte har kjær”  
(Fra diktet ”De nære ting” av A. Paasche Aasen, 1971)

I dette siste kapittelet i oppgaven dykker jeg ned i noen deler som kan bidra til å konkretisere viktige symbolverdier knyttet til det personlige hjemmet. Det vil handle om ting som verdsettes mer enn andre. Spørsmålet jeg stilte informantene var hvorvidt de hadde ting de satte særlig pris på. Hvilke ting i stua ville de for eksempel forsøke å redde dersom det brant?

I følge Cooper Marcus (1995) som utforsker hjemmets dypere mening, kan individets forhold til ting sammenlignes med forholdet til mennesker (jmf. Kopytoff, 1986). En investerer mer følelser i enkelte fordi det tjener en individualiseringsprosess. Som bokas tittel viser, ser hun nettopp ”Home as mirror of self” (Marcus, 1995). Flere studier har pekt på sammenhengen mellom ting og identitet, og innledningsvis refererte jeg til noen i forhold til livsfase. Csikzentmihalyi og Rochberg-Haltons studie (1981) regnes som banebrytende. Deres og andres undersøkelser viser blant annet at favoriserte eiendeler kan fungere som veiviser for individets orientering i - og personliggjøring av tid og rom (Wallendorf and Arnould, 1988).

I det følgende konsentrerer jeg meg om noen aspekt ved ”bevaringsverdige” ting i utvalgets stuer. Hva er det som gjør dem spesielle for den enkelte, - og hva forteller dette om hvordan varer kan bli, og fungere som symbolske meningsbærere mer generelt?

## Det materielle og det menneskelige

I gjennomsnitt utpekte hver informant 4 til 5<sup>34</sup> ting som de hadde et spesielt forhold til<sup>35</sup>. Til sammen utgjør dette 49 analyserte ting slik oversikten i appendiks viser<sup>36</sup>. 18 er kjøpt av informanten selv eller sammen med partneren, 15 er arvet, 13 er gaver og 3 er laget selv. De tilhører hyppigst kategorien møbler (21) og veggbilder (15). Møbler som bord, stoler, skap, kommoder og skrivebord ble nevnt av alle bortsett fra én. Møblene var alltid i bruk, ofte

---

<sup>34</sup> Tallet er ikke absolutt. ”Spisestuemøblementet” innebærer for eksempel flere møbler, men når det ble omtalt under ett med samme betydning, har det blitt kodet som én ting. Dette gjelder også ”bildene på veggen”, ”stolene”, ”figurene” og så videre. Betydningen er det viktige her.

<sup>35</sup> Fotografisamlinger og filmer står gjerne i en særstilling når det gjelder hva en er redd for å miste. Dette faller bort her fordi jeg etterspurte interiørmessige ting.

<sup>36</sup> En oversiktstabell er gjengitt i appendiks der det fremgår hva slags ting, fra hvilke informanter, hvordan tingene er ervervet, om de er knyttet til minner, til estetikk og hvorvidt møbelet er gammel eller nytt.

også med dominant plassering i stua. Også bare én unnlot å nevne veggbilder av ulike slag, for eksempel olje, akvarell, signerte trykk og kunstaktige fotografier og tekstilbilder. Omtrent halvparten av kvinnene hadde også noen ikke-bruksgjenstander de satte ekstra stor pris på (5). Kunstgjenstander og gamle kuriositeter har til felles at de er mer til å se på enn til å bruke. Det er imidlertid et fellestrekk ved alle tingene at nytteverdien er helt underordnet symbolverdien når informantene begrunner forholdet. Til forskjell fra ”bare ting”, er dette ”ting som har en historie”. For eksempel sier Ylva om en meget kostbar sofa:

*”Jeg har ikke noe sånt forhold til den. Jeg synes den er fin og sånn, men...den har ikke noe mer verdi enn det, på en måte.” (Ylva)*

Om en bolle hun kjøpte i utlandet og måtte holde på fanget under resten av reisen, sier hun derimot:

*”Den kostet sikkert to kroner og en binders, men den er jeg jo kjemperedd for og veldig glad i, så...det spiller ingen rolle hva det koster og hva det er. Det er liksom historien som knytter seg til det og hvor du har det fra og sånne ting.” (Ylva)*

Dette mentale skillet mellom ”bare ting” og ”ting med historier” er utbredt blant informantene. Likeså er det typisk at ”ting med historier” fremstilles å ha lav økonomisk verdi i forhold til affeksjonsverdien som er høy. De er hva Kopytoff (1986) kaller singulariserte, eller avkommodifiserte gjenstander.

Gullestad (1989) har påpekt at når folk i intervjuer forteller om bruk av husene sine, er fortellingene gjerne også livshistorier. Slik er det også når informantene forteller om tingenes betydning. Det ble fortalt om hendelser og situasjoner i livet, om reiser og begivenheter, om familierelasjoner, både levende og døde og vennskap. Uavhengig av hva slags ting det var snakk om, ble det fokusert på tingens verdi som informantenes personlige minneknagg og historieforteller.

Csikzentmihalyi og Rochberg-Halton (1981) deler favoriserte ting i tre symboltyper: De som refererer til felles meninger og verdier (”man to the universe”), de som refererer til nåtidige og fortidige sosiale relasjoner (”man to his fellows”) og de som refererer til beboerens liv, de individorienterte (”man to himself”). Disse symbolkategoriene er på ingen måte gjensidig utelukkende, en ting kan tilhøre alle, men skillet gir en analytisk indikasjon på

hvorvidt symbolene kan kommunisere til mange eller få (Hvidberg, 1979, Nørve, 1983a). Jeg låner dette skillet i det videre.

## Forestillinger om hva som er verdt å ha

Noen ting har privat betydning, noen ting har felles eller offentlige betydninger og mange har begge deler (Richins, 1994). Jeg har gjennom oppgaven vist til flere aspekt som kan anses å være felles symboler<sup>37</sup> for et etablert og personlig familiehjem. Med det mener jeg at flere har den samme, eller en likeartet forståelse. Å ha en enebolig, de fineste tingene i stua, en slentrende stemning med blanding av nytt og gammelt og mange representasjoner for kosen synes å være blant disse. Det skal være ordentlige ting i et ordentlig familiehjem. Tingene skal ha en bedre kvalitet enn at det ”bare er der for å ha noe”. Det er stor enighet om at ting det virkelig er verdt å ha, er ”ting med historier”. I motsetning til ”bare ting” lar disse seg ikke erstatte av et nytt kjøp, enten fordi det ikke finnes maken, eller fordi det er akkurat denne tingen som materialiserer den gode historien.

Møbler og bilder/kunst er det som oftest nevnes som spesielt verdsatt. Dette var også tilfellet i Csikszentmihalyi og Rochberg-Haltons (1981) undersøkelser som forøvrig ikke begrenset seg til stua. Siden borgerliggjøringen har dette vært sentrale symboler for det gode, etablerte hjem, for familieliv og familiens ressurser (bl.a. Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton 1981, Nørve 1983a og Bergan og Dysthe 1994). Bilder betraktes som et viktig aspekt ved innredningen i stua og med ett unntak, nevner alle at de ønsker å kunne bruke mer penger på bilder.

*”Jeg forundrer meg faktisk... Jeg har sett i blader for eksempel hvor de har flotte leiligheter, hvor de har gjort veldig mye. så har jeg tenkt – når de først gjør det så dyrt og flott, at de ikke har brukt mere tid på bildene de har på veggen. Det synes jeg er veldig rart”. (Hanne)*

Bildemotiv og estetisk stil varierer generelt med tid, rom og sosial kontekst. Mens det for eksempel en gang var tegn på høy status og posisjon å ha portretter av seg selv på veggen, blir dette i dag oppfattet som egoistisk og selvopptatt (Halle, 1993). Bilder av landskap har i en periode vært tegn på tradisjonell smak, mens abstrakte bilder har vært tegn på den mer moderne (Douglas, 1996). Det som har holdt seg intakt, og som er det enkle prinsipp jeg

---

<sup>37</sup> For å kunne si noe om tingenes rolle som sosiale symboler lar jeg informantenes felles holdninger og interiørbladets skriverier representere det felleskulturelle.



konsentrerer meg om, er ideen om at bildene bør være ekte og autentiske (Reme, 1994). At dette representerer en høy og ønsket kvalitet, er det flere eksempler på i materialet.

*”Det har slått meg flere ganger. Det jeg tror vi begge to er mest fornøyde med, er det vi har på veggene. Det slo oss en dag vi gikk igjennom det, at fy søren vi har bare originaler, og det har vi aldri tenkt på. De er ikke spesielt verdifulle, og ikke spesielt flotte, verken kunstnerne eller noe annet, men alt er originaler. Og det vil jo si at det er one of a kind, og det er kjempegøy. Det synes vi.” (Annika)*

De verdsatte bildene er originalarbeid eller signerte trykk av mer eller mindre kjente kunstnere. I et par tilfeller er det laget av informanten selv eller et barn. Alle er, eller fremstår som kunst, som noe autentisk og av ordentlig kvalitet.

Det slående med møblene de var spesielt glade i, var at det i første rekke dreide seg om gamle møbler. Selv om for eksempel sofaen ble tillagt stor betydning for stilen i egen og andres stuer, var den aldri blant de utvalgte tingene. Ut fra det generelle kriteriet til en antikvitets om å være ”mer enn hundre år” vil jeg tro mye var nettopp antikviteter, i hvert fall laget lenge før informantenes tid. Bare 5 av møblene var av nyere dato, og av disse var 4 i en antikk stil. De fremsto også som synlig spesielle og/eller uvanlige.

Alle informantene synes det er fint å ha et gammelt møbel og ”gamle-ting-som-er-arvet” står i en særstilling når det gjelder møbler det er verdt å ha. Blant alle informantene, om de hadde slikt eller ikke, var gamle, arvede ting et begrep for noe verdifullt.

*”Og jeg fant ut at den fargen her passer både til sofaen og til teppet og til gulvet og til gardinene og til det mørke der borte som er arvet, som det heter.” Sissel*

*”Jeg har ikke én sånn ting... (som ville reddet dersom brant)...Her er det så mye ting som det går an å få kjøpt, liksom. Det måtte være gamle ting, da, som er arvet. Det kunne vel komme inn i den kategorien.” (Kari)*

”Gamle-ting-som-er-arvet” rangeres høyest i forestillingene, dernest kommer gamle ting som er ”funnet” på et marked eller kjøpt på et spesielt sted. Disse gamle møblene gir i kraft av sin patina mulighet til å kultivere flere symbolverdier. Igjen vil jeg knytte dette til opptattheten av det ekte og autentiske. McCracken (1988a) mener at ting med patina, altså synlige aldringstegn, fungerer blant et høyere lag av befolkningen som statussymboler blant annet

fordi de forteller noe om eiertradisjoner i familien. Selv om dagens moteverden har skjøvet patina til side i forhold til hvilken betydning den en gang hadde, er den fremdeles virksom i det å skille mellom ny og gammel status. Å kjøpe antikviteter er derfor et forsøk på å kjøpe gammel status, hevder han (McCracken, 1988a). Baudrillard (1996) skrev tidlig at å ha antikviteter og andre mer ikke-funksjonelle ting ikke lenger handler om faktisk eierskap, men om å omgi seg med (manipulative) tegn som evner å overskride motesystemet. Det er interiørdesign mer enn tidsmessig kontinuitet, og symbolikk fremfor nyttefunksjon (Baudrillard, 1996).

Å eie gamle ting kan i lys av felleskulturelle symboler forstås som ønsket om gammel status, som distinksjon fra massen og det materialistiske, men også som tilslutning til moten. ”En blanding av nytt og gammelt” er den ”stilen” informantene slutter seg til, og dette er også en interiørtrend<sup>38</sup>. Og i denne trenden inngår det også at ting skal ha en historie eller representere minner. Som redaktøren i et interiørblad rapporterer fra et trendsseminar:

”History” heter trenden der slitte møbler hentes frem i lyset. (...) Det dreier seg om å ta vare på det tidløse og overføre det til vår tid. Fargene er slitte, patinerte og klare i kombinasjon med mer nøytrale basisfarger. Det viktigste er å skape en personlig atmosfære (...) History og Memories glir litt over i hverandre. Også innen Memories er det tradisjonen og det tidløse vi skal ta vare på og overføre til vår tid. Men her dreier det seg om en ny form for romantikk med et sløret nostalgisk look (...) Det viktigste er å føle kjærlighet for den gamle perioden. (Interiørmagasinet, 5/2001)

Mitt inntrykk er at informantenes verdsettelse av gamle ting i stor grad er knyttet til interiørmessig stemning og opplevelse. At det i tråd med Baudrillard (1996), langt på vei fungerer som representasjon. For eksempel benektet flere at de ville ha brukt de arvede tingene i interiøret dersom de ikke likte dem. Det må heller ikke være bare gamle ting, det er blandingen med det nye som er spennende.

*”Vi har satset på en sånn blanding av gammelt og nytt, som du kanskje ser. Og det bordet der tror jeg er 160 år gammelt. Og så kjøpte vi nye stoler til det. Det har vært i familien og så har vi arvet det. Det samme med denne skipperstolen som har stått på et ordentlig stort skip. Og den biedermeieren som du ikke får se, men som blir veldig, veldig fin. Den er også sånn veldig*

---

<sup>38</sup> Jeg våger denne påstanden etter gjennomgang av interiørbladet ”Bonytt” de siste 5 årene. Hjemmene som der eksponeres og beskrives er sjelden uten blandingen ”nytt og gammelt”, f.eks. ”I dag er Rødstua en sjarmerende kombinasjon av eldgammel, norsk bondekultur, byantikviteter og moderne komfort” (nr.1/1997). Eller som hyppig brukt bildetekst, ”I spisestuen står en blanding av gamle og nye møbler” (nr.3/1997). At det er mote med gamle ting kommer også frem i en mengde interiørstoff om teknikker for å få et møbel til å se gammelt ut, for eksempel med maling og/eller ved å stikke små huller i det så det ser markspist ut.

*gammel. Så prosessen har gått på det at når vi har fått tak i gamle møbler som har vært i slekta, liksom, så prøver vi å passe det inn i miljøet sammen med noen moderne ting. Det er liksom utviklingen. Fra å kjøpe noe veldig...vanlig i butikken, så vil jeg gjerne blande gammelt og nytt for å få et interiør som passer oss, og som du ikke finner i alle andre hjem.” (Mona)*

At tingen er arvet og ikke kjøpt synes imidlertid å gi viktig symbolsk tilleggsverdi fordi den kan knyttes til en personlig historie. Elses fortelling om et skap hun har arvet etter en fjern slektning sier noe om dette forholdet:

*”(...) Og da hun døde i noen og sytti, da arvet jeg det der. Og da synes jeg sikkert ikke at det var så veldig spennende. Og så hadde jeg aldri plass til det, og det sto hos søsteren min i mange år. Helt til vi flyttet hit, og da kom jeg og sa at nå skal jeg ha igjen det, for det er mitt. Og gjett om vi dro i hver vår kant, for hun synes jo det var dårlig gjort. Men det synes jeg er veldig flott. (...) Altså jeg husker jo ikke hvor det har stått engang, altså. Så det er nok heller bare tanken som har noe med henne å gjøre og gode tanker i forbindelse med hvem hun var i forhold til meg. At jeg vet at jeg har fått det derfra liksom. Så det er ikke sånn at jeg kan huske godt (noe spesielt derfra/min forkortelse), men jeg synes det er veldig koselig å ha. Synes det er veldig allright å ha litt sånn blanding av gammelt og nytt.” (Else)*

Samtidig som det gamle forener nostalgien fra fortida, er koselig, er møbelet unikt og blir i kombinasjon med det nye tegn på at de følger med i tida, er moderne. Moderne og personlig. Den orienteringen jeg mener å se i utvalget, stemmer godt med teorier vi så på innledningsvis i oppgaven der tingenes betydning for identiteten ble knyttet til stadier i livet. Informantene er gamle nok til å reflektere over fortid, unge nok til å se fremover, men først og fremst identifiserer de seg med det samtidige og rollene de har her og nå (Gentry et al., 1995). De gamle møblene samt de fleste andre verdsatte tingene, har til felles at de er knappe goder (singulære) som ikke ”kan kjøpes hvor som helst” (Kopytoff, 1986). De representerer noe ekte og autentisk. Tingene som er arvet synes å ha større kraft fordi det ekte og autentiske også kan knyttes til informantens personlig historie. Basert på den felles verdsettelsen jeg mener å se i utvalget (og i interiørpressen), synes det som at gamle ting, kuriosa og kunst i utgangspunktet forventes å bety noe spesielt for eieren, hvilket igjen peker tilbake på hva flere mener er verdifullt å ha.

En ting som evner å underbygge flere symbolverdier er sannsynligvis i en god posisjon til å bli noe mer enn ”bare ting”<sup>39</sup>. Dette er et generelt fellestrekk ved de vi ser på her. De har en originalitet som jeg mener vil kjennes igjen og betraktes av mange som tegn på noe personlig og unikt, og de bidrar til at innredningen ikke blir nøyaktig lik en annen. I kraft av dette og historien som knytter seg til det, gir de anledning til å kommunisere identitet både til seg selv og andre. Verdsattelsen av det originale og personlige synes å være del av en ”anti-massematerialistisk” orientering. Orienteringen utelukker ikke andre symbolverdier i å være av betydning for å forklare det spesielle forholdet til gamle ting, men synes klart å være del av forklaringen.

## **Å høre til og bli sett av sine**

Når verdien av en ting er lagt til noe eller noen som tingen levendegjør, har de sentimental verdi og kan kalles minneting (Csikzentmihalyi og Rochberg-Halton, 1981). Tingene representerer for de fleste informantene en viktig minnebok i livet deres:

*”Jeg kan fortelle historier om alle tingene mine. Jeg har fått de eller kjøpt de ved spesielle anledninger, eller noen har vært veldig glad eller lei seg, eller et eller annet sånt.” (Janne)*

Tilhørighet og integrasjon synes som et fremtredende ’motiv’ i betydninger tillagt tingene. Dette stemmer med funn i andre studier der det fremgår at voksne kvinner er spesielt opptatt av tingenes rolle for det å opprettholde og bevare et nettverk av sosiale bånd (Csikzentmihalyi og Rochberg-Halton 1981, Wallendorf and Arnould 1988)<sup>40</sup>. Informantene forteller at tingene symboliserer familie- og vennsrelasjoner, døde og levende. Spesielt gjelder dette arveting (15) som gjerne ble relatert til døde slektninger, og gaveting (12) som ble relatert til familie og venner. Flere ting som informantene har kjøpt relateres også til bånd til familie og partner.

---

<sup>39</sup> En digresjon til sammenligning: Lignende (legitimerings-) mekanismer assosierer jeg med navngiving. Ta for eksempel et navn som Kristian, som på et tidspunkt kanskje befinner seg på listen over mest brukte navn. De som kaller barnet sitt Kristian mener sannsynligvis at dette er et veldig fint og godt navn. Når de legitimerer sitt populære navnevalg, forteller de kanskje at for dem er dette oppkalling etter oldefar eller andre forfedre. Mitt poeng er også her at kollektive- sammen med individuelle verdsettelse synes å styrke ”symbolet”, selv om det er de individuelle som gir legitimitet og kultiveres i den personlige historien.

<sup>40</sup> I tolkningen av slike funn antas det blant annet at kvinnen i større grad enn mannen knytter sin identitet til hjemmet og det nære nettverket fordi hjemmet og omsorgsoppgaver tradisjonelt har vært hennes arbeid (bl.a. Csikzentmihalyi og Rochberg-Halton 1981, Nørve 1983). At kvinners rolle og forvaltning av hjemmet er tett sammenvevet er dokumentert i en lang rekke studier (se bl.a. Åkerman m.fl., 1983, Gullestad, 1984 og 1989 og Jorun Solheim, 1998). Det er også åpenbart for meg at kjønn og kjønnsroller er av stor betydning for hvordan informantene gjør hjemmet og opplever tingene. Som jeg har gjort klart, anser jeg dette for å være et så omfattende tema at når kjønnsperspektiv ikke er valgt, vil jeg heller ikke tematisere i det små.

For eksempel kjøpte Annika teppet fordi det minnet om det besteforeldrene hadde, og Ylva og mannen kjøpte møbelet på en minneverdig tur sammen i utlandet<sup>41</sup>. Disse relasjonelle tingene har en mening det er verdt å ta vare på i motsetning til tingene som ikke har sentimental verdi. Respekten for historien kommer ikke minst frem der et gammelt, arvet møbel er slitt og må restaureres. Tap av mening synes å være en høy risiko:

*”Det (spisestuemøblementet) er det eneste Mannen har etter sine besteforeldre. Og det var vel i forfjor vi byttet setetrekkene. De var så slitte at de burde vært pælma, men det satt lenge i, altså. Først den ene unnskyldningen, så den andre og så den tredje. Vi kunne søle iskrem og sånn dumt med nytt trekk, og det var jo dyrt og det var alt mulig, før vi liksom brøt ut og byttet trekk, byttet farge på trekket. Så det var en ganske stor beslutning...fordi det rensket bort noe av de. Men hvis vi skulle tenkt på hvordan andre så på det, så så det jo nesten litt sånn loppemarkedaktig ut. Så slitt var det.” (Annika)*

*”Han (bestefaren) har laget hele stolen med sånne fjæringer i putene og sånn. Og de har vi trukket om og bevart til og med puten inni for å ha...altså, det er det ingen som ser, men vi har liksom ønsket å bevare det for at det er de stolene. Og de er vi kjempeglade i.” (Ylva)*

Fortellingene bærer i stor grad preg av engasjement og følelser i forhold til den personlige relasjonen møblene materialiserer og det å bevare det så autentisk som mulig. Ved å bevare tingen, bevarer de også sine egne (eller mannens) historie eller identitetsmessige røtter. Fremfor utseende og stil, kultiveres tingene som minneobjekter (Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton, 1981)

Gaver betraktes som bånd mellom mennesker. Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton (1981) støtter seg til Mauss og skriver at et gavebytte handler om bytte av energi: ”A small part of my being has been given to another for a small part of his or hers” (ibid, 1981:37). Gaven betraktes som noe levende og personlig. På lignende vis synes også de spesielt verdsatte gavene (12) å bli forstått i utvalget.

---

<sup>41</sup>Interessant i denne sammenhengen er det at de gifte kvinnene i liten grad skiller mellom eiendomsforholdene. Det de satte pris på kunne like gjerne være mannens arv eller gave som hennes. Jeg tror dette skyldes flere forhold, blant annet den generelle opptattheten av (unike) ting med historie og betydning for interiøret, et utviklet ”vi” gjennom fellesskap og identifikasjon med mannen og at hun som hovedansvarlig for innredningen har gjort de til sine gjennom omgangen med dem (jf. appropriering). Igjen kan det her anlegges et kjønnsperspektiv.

*”Og det der (peker på et bilde) er jeg også veldig glad i, for det fikk jeg til bursdagen min av Mannen. Det har tittel Fuktig Jord. Du skjønner det han sa var at jeg kjøpte det til deg fordi det passet så godt til deg, sa han (latter). Det er det der med lys over en ås...” (Hanne)*

*”Og de hønene der borte synes jeg er ganske morsomme. De har jeg fått i presang fordi folk synes de passet til meg (latter). De er kjøpt på Norway Designs. Ja, de er jeg veldig glad i. Jeg vet ikke hva de insinuerer (ironisk). (...) Folk er veldig flinke til å finne akkurat det som jeg liker. Jeg har ikke opplevd så mange ganger å få ting som jeg ikke setter pris på. Jeg tror jeg har gjort det ganske klart hva jeg synes er allright” (Janne)*

Tingene, også de med en kvalitet som åpenbart har legitime offisielle referanser (ekte, autentisk), approprieres og kultiveres som personlige, relasjonelle historier.

Flere har gjort tilsvarende funn om folks forhold til egen visuell kunst (Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton 1981, Halle 1993, Reme, 1994), og dette bryter med for eksempel klasseperspektivet til Bordieu, der kunst betraktes som redskap for kulturell dominanse. At kunst har med status å gjøre synes å være ’commonsense’, men som Halle (1993) påpeker, er det umulig å belegge dette empirisk fordi folk, i likhet med hverende utvalg, ikke oppgir status som motiv. Status knyttes til ytre snobberi og penger (Halle, 1993) mens individene singulariserer og knytter tingen til private verdier som ikke har med penger å gjøre (Kopytoff, 1986)<sup>42</sup>.

Gjennom ting som er arvet, fått eller kjøpt forteller informantene historier om hvor de hører hjemme. I forholdet til de spesielt verdsatte gavene synes det å være et viktig element at informanten opplever seg sett og forstått av giveren. At den oppleves å passe til dem, at de identifiserer seg med den, blir en bekreftelse på dette og tilhørighet til giveren. Det er mange eksempler på historier som kan tolkes slik i materialet. Et bilde av Odd Nerdrum med baby-motiv forteller historien om gaven fra mannen til hun som var utslitt og gravid. Et bilde av Salvador Dalí med Freud-motiv forteller om gaven fra svigerforeldre til hun med interesse for psykiatri. Gjennom tingene forteller de om hvor og med hvem de hører hjemme og de forteller om seg selv. Dette skal vi nå se enda et ”billedlig”, og nærmere eksempel på.

---

<sup>42</sup> Ironisk nok mener Kopytoff (1986) at det som skaper rom for snobberi er nettopp denne tilbøyeligheten til å definere ting som av større verdi enn den rent kommersielle.

## Å skrive seg selv inn i historien

Bildet har fått hedersplassen i stuen til Nora. Hun sier med en liten latter at det også er hengt slik at det skal være mest mulig synlig fra det øyeblikket en kommer inn i huset. Entusiastisk forteller hun om kunstneren og bakgrunnen hans og tilsynelatende har hun stor innsikt i bildets kunstfaglige kontekst. Fortellingen om hvorfor hun har et spesielt forhold til dette bildet, er imidlertid svært personlig:

*"Det var moren min som kjøpte det til meg... Det var sånn at jeg gikk forbi en kunsthändler og så bare så jeg det maleriet, og bare DET maleriet! Så gikk jeg hjem til henne og sa: Mamma, jeg har sett et maleri som du må være med og se. - "Ja, hva koster det da?" - Jo, det koster titusenfemhundre (med latter) - "Kom så går vi og kjøper det!" Og jeg er enebarn og har aldri fått noen ting. Mine foreldre var livredde for å skjemme meg bort, så jeg har aldri fått noen ting hjemme. Så plutselig fant hun ut at det skulle jeg ha. Ferdig med det! Og jeg prøvde jo å avverge det og var jo ikke vant til sånt, vet du. Og siden...Jeg har alltid, alltid vært veldig glad i det maleriet der." (Nora)*

Det levnes liten tvil om at bildet er av særlig verdi for Nora. Det har fått en helt spesiell verdi fordi hun har skrevet seg selv inn i dets historie.

La oss støtte oss til det narrative perspektivet som tar utgangspunkt i at folks fortellinger kan betraktes som rammer for hvordan de erfarer, organiserer og gir mønster til erfaringen. Som Lundby (1998) utdyper, er det ofte slik at selv om erfaringene i virkeligheten er tvetydige og motsetningsfylte, skaper en gjerne historier med intriger som forenkler og passer i konteksten. La oss så se på Noras fortelling som en forenklet konstruksjon av hennes liv som forbruker fordi hun er opptatt av å si noe om gleden ved å eie ting.

Det sentrale i innholdet er at moren kjøpte bildet til Nora. Hun kjøpte det til tross for at det var svært kostbart og til tross for at hun ikke hadde for vane å kjøpe ting til datteren. Flere ganger presiserer Nora at denne hendelsen brøt med hennes grunnleggende forventninger i relasjonen til foreldrene. Fra å ikke få "noen ting" som barn (for ikke å bli bortskjemt), insisterte moren nå på å gi henne dette, uten annen grunn enn at Nora likte det. I denne livshistorien synes bildet å representere et overgangssymbol. Vi kan se det som et symbol på skillet fra deprivert barn til en anerkjent og verdsatt voksen. I tillegg, en svært takknemlig voksen. Bakgrunnshistorien forteller at hun har gjort seg fortjent til bildet.

Gjennom det materielle er det i første rekke det menneskelige som uttrykkes. Noras bilde er singularisert, tilført en indre, unik og personlig verdi, som overskygger den (masse)kulturelle og kommersielle verdien (Kopytoff, 1986). Fra å ha vært et dyrt og vakkert kunstverk, en (kommodifisert) vare i en kunsthandel, er det nå *hennes* (dyre og vakre) maleri. Det er en metafor for egen livserfaring og hvem hun er. Med referanse til Wallendorf og Arnould (1988) har det blitt et personliggjort orienteringsmerke for livshistorien hennes. I lys av Dovey (1985) har det blitt appropriert som et anker for selvidentiteten. Bildet minner Nora om denne "historien om meg", og det gir henne anledning til å konstruere og kommunisere identitet.

Det er også en vakker ramme hun bruker når hun skildrer forløpet fra sitt første møte med bildet. Historien får meg til å tenke på "Askepott", den underkjente og utbyttede jenta og hennes vei til heder og ære. Assosiasjonene går til eventyret og de mytiske kjærlighetsfortellinger der en rettferdig verden bidrar til at hindringene overvinnes og lykken nås. Som Askepott fikk prinsen, fikk Nora bildet.

Jeg tror ikke assosiasjonen er tilfeldig. Eventyr kan betraktes som en uttrykksform innen vårt "åndelige" allemannseie. En narrativ genre vi har internalisert for rettferdige, optimistiske fortellinger, mens vi har andre for beretninger om lidelse og nederlag. I Noras historie gjenkjenner jeg gjennom dramaturgien mytiske temaer som "forelskelse ved første blick", "det uoppnåelige", "fikk til tross for" og "...lykkelig alle sine dager". Det er en sterk, følelsesmessig fortelling der det å få bildet må oppfattes som et eventyrlig gledens "under". Selv om hun ikke forteller en tradisjonell kjærlighetshistorie, knytter hun sin fortelling til kulturelle metafortellinger om kjærlighet og fortjent lykke. Som Frønes skriver, er de sentrale menneskelige forhold, de sterkeste opplevelser, kulturelt konstruert (2001:80). Nora har benyttet grunntrekkene fra et kjent script<sup>43</sup> til å kommunisere sin egen, unike historie (Frønes, 2001).

Det er ingen passive forbrukere jeg har møtt i denne studien. Nærdykket i Noras lille historie illustrerer viktige aspekt ved deres omgang med ting. Kulturelt konstruerte symbolverdier approprieres og blir for den enkelte symboler på relasjoner og på egen identitet. Det er ikke tingen (eller innredningen) i seg selv som er det vesentlige, men hva de selv legger i det, hva det betyr for dem. Jeg har trukket paralleller til kjærlighet. I følge Thor

---

<sup>43</sup> Script står for serier av handlingsinstrukser som kjeder sammen sekvenser på bestemte måter (Frønes, 2001:104)



Øivind Jensen (2004) følger approprieringsprosessene som foregår nettopp av vår evne til personlig kjærlighet:

Gjennom kjærlighetsevnen viser vi evner til å engasjere oss med følelser, til å definere noe som sant og meningsfylt for oss selv, langt ut over hva som måtte være ”sant” i en flat, rasjonell betydning. (...) Nøkkelen her er at vår individuelle sannhet på mange måter er mer ”sann” enn den formelle sannhet som alle kan dele. (Jensen, 2004:194)

Når det råder uklarhet om verdien eller eksistensen av noe, slik det gjør med kjærlighet og følelser ellers, blir det viktig å tilføre andre verdier, ikke minst skille det ekte fra det uekte (Frønes 2001, Kopytoff 1986). Gjennom informantenes historier om de verdsatte tingene, synes det ekte og autentiske ikke bare å handle om det som reelt sett er, men også om en forestillingens kategori, det at de selv får tingene til å bety noe, til å bli autentiske og sanne (Reme, 1994). Informantene investerer følelser (kjærlighet) i tingene og konstruerer med dette det ekte og sanne til forskjell fra det som ”bare er ting” og som andre ”bare har for å ha”.

*”Det er klart det er noen som skal ha seg et gammelt møbel, som prøver å smykke seg med eksklusive møbler, altså interiør som er veldig flott og fint, men...kanskje ikke mener noe med det på en måte. At det er bare for å ha det.” (Kari)*

Disse fortellingene om det ”meningsløse hjemmet” blir i likhet med fortellinger om falsk kjærlighet, midler til å kultivere det ekte (Frønes, 2001).

Sammenlignet med mange studier av relasjonen mellom folk og ting, er mitt format overflatisk. Jeg har gått fra helhet til signifikante deler for å belyse noen mekanismer knyttet til det å skape et personlig interiør. Ved å se på tingene som felleskulturelle, relasjonelle og individuelle symboler har jeg ønsket å få frem at det ikke er noen motsetning mellom felles forestillinger om hva som er verdt å ha og individuell verdsetting. Slik jeg ser eksemplene i utvalget, har de fått sin viktige rolle fordi de evner å være verdier for flere. De er unike i kraft av å ikke være noe standard og lettkjøpt, de er unike fordi de som arv, gaver eller ved spesielle omstendigheter rundt anskaffelsen knyttes til sosial tilhørighet og de er unike fordi de gjennom appropriasjon aktualiserer identitetsverdi for den enkelte. De særskilte tingene synes på alle måter å representere noe mer ekte enn andre ting, og gjennom dette illustrerer de viktige forbruksdimensjoner som individualisering, skapelse av sosiale bånd og distinksjoner. Jeg opplever at også en overflatisk gjennomgang som dette tydeliggjør noe som synes å gjelde for hele innredningsaktiviteten, at det handler om noe ”djupt og grunnleggende

overflatisk” (Fløgstad sitert i Skårderud, 1991). Med Jensen kan dette ”dype” fortelle noe om innredning som identitetsbygging og følelsesinvestering, og som svarende til noe grunnleggende viktig hos mennesker, nemlig evnen til å koble det personlige, variasjonen og egen valgprosess til genuine følelser, entusiasme og kjærighet (Jensen, 2004:198).

## **Å realisere seg selv gjennom det materielle**

Hvordan kan masseproduksjon og masseforbruk forenes med en idé om personlig selvrealisering? Löfgren (1990:207) mener dette er et spørsmål det er viktig å stille i en debatt som polariserer synet på forbrukere som enten ubegrenset frisatt i forhold til å realisere seg selv, eller som offer forført av markedskreftene. Selvrealisering er hva det skal handle om her, og i denne forbindelse skal vi se på identitet og på forholdet mellom individuell og sosial materialitet.

Nærdykket i informantenes appropriasjoner viser hvordan en individualiserings- eller singulariseringsprosess gjør tingene personlig ladet (Löfgren, 1993). Det gjelder spesielt verdsatte ting, men også andre ting og interiøret som helhet avtingliggjøres og blir mer menneskeligjorte. De blir personlige, symbolske meningsbærere hvorigjennom informanten kan uttrykke seg selv.

Mening er nøkkelordet i denne sammenhengen. At informantene nettopp knytter mening til tingene sine synes å være en viktig distinksjon i forhold til det som assosieres med det materialistiske og mer meningsløse, slik det fremkommer gjennom den standardiserte, den snobbete og den lettkjøpte stua. Holdningen som indikeres er at ”de andre” enten er passive (og forførte) eller overivrige, materielle strebere, mens ”jeg har mine egne meninger og går mine egne veier”. De synes å forstå seg selv mer som anti-materialister enn materialister. Dette tradisjonelle skillet forsøker Inglehart (1997) å forene og nyansere gjennom begrepet postmaterialisme.

Postmaterialists are not non-Materialists, still less are they anti-Materialists. The term ”Post-Materialist” denotes a set of goals that are emphasized after people have attained material security, and because they have attained material security (...) Postmaterialists do not place a negative value on economic and physical security – they value it positively, like everyone else; but unlike Materialists, they give even higher priority to self-expression and the quality of life. (Inglehart, 1997:35)

Dersom vi skulle plassere informantene, ville beskrivelsen av postmaterialisten være bedre egnet enn i et enten-eller perspektiv. For informantene selv, synes altså det polariserte

tankebildet å være nyttig. Deres ”postmaterialistiske” fokus på mening, mestring, det unike og individuelle valg betrakter jeg som refleksjoner av moderne forestillinger om selvrealisering. Deres holdninger til, og omgang med ting er svært gjenkjennelig i Frønes og Brusdals (2000) fremstilling av disse forestillingene:

Selvrealisering er en del av kulturen som legger vekt på individualitet og unikhhet, på ukonvensjonalitet og kreativitet, og samtidig understreker langsiktighet og plan. Man arbeider hardt for å nå sine mål, for å skape sin mening. (Frønes og Brusdal, 2000:113)

Forfatterne legger nettopp vekt på at selvrealisering er knyttet både til å mestre noe og til det unike meg. Fremtredende idealer er å være i kontakt med seg selv og sine følelser, velge på basis av egne meninger, søke det ekte og autentiske og få det beste ut av det en gjør. Fordi legitimiteten skal ligge i det som føles riktig og meningsfylt for meg og ikke i ytre suksess eller materiell velstand, blir eksistensielle spørsmål som ”hvem er jeg” et sentralt tema i kulturen (Frønes og Brusdal, 2000). Tankefiguren som gjennomsyrrer denne forestillingen og samfunnet som helhet, betrakter identitet som noe fast og gitt, og følges av en moralsk norm som sier at de beste menneskene er de som forblir identiske med seg selv og utvikler de egenskapene de har fått ved livets begynnelse (Meyer, 2001:112). Denne forståelsen av identitet som autonom individualitet er i flg Dittmar (1992) typisk i vestlige samfunn.

Forestillinger om selvrealisering gir slik jeg ser det et mer konkret inntak til å forstå informantenes fokus på, og strev med å skape en innredningen som skal være personlig og annerledes og at de begrunner sine valg ut fra personlige opplevelser og smak. Vi kan for eksempel se at temaer som status og anerkjennelse er vanskelig å snakke om fordi det ville bryte med kodene. Vi kan se den negative moralen som tillegges upassende interiører. Vi kan se at å ”kjøpe et hjem” blir feil fordi det ikke skal handle om sosial representasjon eller om å ha penger, knapt presentasjon. Det skal handle om å realisere et ekte og unikt selv. Hvordan kan det da ha seg at representasjonene for det ekte og unike i stor grad er felles?

Det er flere paradoks ved feltet informantene navigerer i. Ett er dette at selvrealisering også handler om å signalisere status, om å vise verden at jeg er et unikt menneske (Frønes og Brusdal, 2000). Dette synes å være en andreorientering som bryter med den individuelle autonomien informantene knytter seg til. På den ene siden er holdningen at hva en omgir seg med ikke har noen betydning for identitetsmessige kvaliteter, på den andre siden er det tingene som forteller hvem folk er. At identiteten som kommuniseres kan bli eller ikke bli,

bekreftet og anerkjent (Gullestad, 1989), er tydelig gjennom hvordan andres interiør betraktes og bedømmes (Douglas, 1996). Dittmar (1992) mener dette er et materialisme-idealisme paradoks som oppbærer maktstrukturer, og er et ideologisk dilemma fordi forestillinger om en materielt uavhengig identitet og forestillinger om at 'folk er hva de har' eksisterer side om side i kulturen. Hun deler derfor tingenes symbolske betydning i to, det (self-expressive) som uttrykker det individuelle og personlige og det (categorical) som symboliserer sosial tilhørighet, status, posisjon, osv. (Dittmar, 1992:89).

Utvalgets påfallende store likheter og fellestrekk, tankemessig som materielt, knyttet jeg med Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton (1981) til felleskulturelle symboler. De spesielt verdsatte tingene synes nettopp å være i besittelse av en sosial mening som gjør at de symboliserer individualitet og status til andre. Som konkrete manifestasjoner av det private, representerer de individuell mening og er unike sett i lys av masseproduksjon og masseforbruk, men innen utvalget fremtrer dette unike likevel som likeartede "avvik" fra det standardiserte. Innenfor den kulturelle rammen de forholder seg til, har disse tingene en betydning som flere kjenner og verdsetter, selv om de kultiveres som del av en personlig historie. Deres individuelle strategier, blandingen av nytt og moderne med gamle antikviteter, kuriosa og kunst synes å være deler av et kulturelt og sosialt repertoar av tegn for denne relativt homogene gruppa informanter.

For meg fremstår altså interiørene og de spesielle tingene som variasjoner over samme tema, men som tidligere nevnt, skal det ikke underslås at nyansene som eksisterer kan utgjøre den store forskjellen for de som måtte kjenne kodene bedre (Hvidberg, 1984). Imidlertid synes det klart at å realisere en unik individualitet gjennom det materielle ikke er uavhengig av den sosiale strukturen. Forbruket synes å handle om "meg", hva "jeg" mener og liker (selvorientering), men likhetene indikerer også at forbruk er et redskap for sosial reproduksjon, for integrasjon og distinksjon (andreorientering), slik for eksempel Douglas (1979 og 1996) og Bordieu (1984) behandler det. Mitt inntrykk er at en individorientert retorikk er mer fremtredende i denne undersøkelsen enn individorienterte tegn i hjemmet. Med dette er jeg på god vei over i avslutningen.

## Avslutning: “Hjem kan ikke kjøpes”

Informantene er blant de som bidrar til å gjøre Norge til “En nasjon av redebyggere” (Aftenposten, 21.2.99) med ”Kos for milliarder” (Aftenposten, 14.10.00). Forbruket på hjem har steget med flere milliarder årlig. Det er åpenbart at hjemforbruket handler om mer enn nytte, og sannsynlig at det også handler om noe mer enn en hobby. Det kan virke som at det representerer, for å bruke et sitat av Fløgstad, noe “djupt og grunnleggjande overflatisk” (i Skårderud, 1991).

Mitt utgangsspørsmål var rett og slett hvordan vi kan forstå dette fenomenet. Jeg har utforsket feltet gjennom en undersøkelse av et utvalg kvinnelige innredere i en etableringsfase. Jeg fant at hjem og innredning er en arena for et mangfold av aktiviteter, følelser, betydninger og prosjekter. Noen dimensjoner utmerket seg likevel, og disse ble løftet frem. Fordi mitt fagfelt er sosiologi, har jeg hatt en spesiell interesse for det som kan bedre forståelsen for forholdet mellom hjemforbruket og det sosiale. Fokuset ble rettet mot å forstå forestillinger om det gode hjem, og hvordan hjem og innredning kommuniserer identitet, til seg selv og til andre. Problemstillingene er belyst gjennom oppgavens forskjellige kapitler.

Jeg begynte med å vise hvordan informantenes etableringsmønster og boligidealer svarer til kulturelt skapte forestillinger om riktig bolig og boligstandard for en familie (Kjølørød, 1981). Forestillingen er at en skal “slå seg til ro”, fortrinnsvis i en enebolig. Selve innholdet, innredningen, er imidlertid noe som forandres kontinuerlig i tråd med mote og nye fascinasjoner. Det å skape et “ordentlig” hjem fremstår som en moralsk forpliktelse for å bli en verdig voksen (familiekvinne).

Jeg har vist hvordan informantene (også i det moderne) forvalter stua som et offentlig rom i det private hjem. De følger konvensjonelle normer for det representative, innreder stua på fint og kultivert vis, men gir det en annen og individuell forklaring. Formell fremvisning og representasjon står i motsetning til deres idealer om en uformell og koselig stue. Kosen omtales som det menneskelige, ekte, nøysomme og moralsk høyverdige. Kosen fremstår også som en konstruksjon basert på strenge koder for hva som er ekte og autentisk, og hva som ikke er det. Avversjonene retter seg mot det de oppfatter som det standardiserte i massen, det snobbete vise-frem-hjemmet og “juksemakerens” forsøk på å kjøpe god smak. Et viktig aspekt er at hjemmet skal vise hvem som bor der på en måte som svarer til beboerens sosiale identitet. Som for det koselige, blir det personlige moralsk begrunnet. Det skal ikke handle

om å ha penger nok til å kjøpe, men om kompetanse, arbeid, flid og tid, og ikke minst en selvstendig smak.

I det siste analysekapittelet viste jeg hvordan informantenes spesielt verdsatte ting synes å representere både individuelle, relasjonelle og felleskulturelle symbolverdier. Jeg knyttet både dette og andre analytiske funn til moderne forestillinger om selvrealisering, individuelt og sosialt.

Ved å analysere fellestrekk i et forholdsvis homogent utvalg, finner jeg en tankestil og en måte å snakke på som belyser et spenningsforhold mellom individ og samfunn, og mellom “meg” og “de andre”. Holdningen var at hjemmet ikke skulle kunne kjøpes for penger. Sett i lys av at informantene lever i et “forbrukssamfunn”, fremsto hjeminnredning som et “motforholdsystem”. De slutter seg til, men det de kommuniserer, er avstand. Et typisk trekk var å definere, eller forstå det egne i motsetning til noe annet. For meg ble dette en analytisk nøkkel til å se innredning i et større perspektiv. Gjennom alle temaene jeg har berørt i oppgaven, viser jeg hvordan informantene navigerer mellom og forvalter kulturelle paradoks i brytningen mellom det kollektive og det individuelle, det offentlige og det private, det tradisjonelle og det moderne.

Fenomenet hjeminnredning er flertydig og kan selvfølgelig forstås på flere måter. Jeg har vist at det som meningsbærende orienteringspunkter skaper orden i forhold til tid, rom og sosialt miljø. Informantene bruker ting blant annet for å forstå hvor de er i livet, hvem de er og hvem de andre er. Det er et middel for å skille seg ut og for å knytte seg til, for sammenligning, verdimeessig rangering, moralsk rettferdiggjørelse og for opplevelse av personlig verdighet.

Det moderne budskapet om at en står fritt til å innrede hjemmet som en vil, synes å være en sannhet med modifikasjoner. Det virker som at innredning (fremdeles) er underlagt normative og regulerende sosiale strukturer. Med andre ord, at det private også er en offentlig sak.

Ut fra utvalgets handlingsstrategier og retorikk, er samtidas forestillinger om “det gode hjem” tvetydig. Det er i overensstemmelse med kulturelt tradisjonelle og representative idealer, men også i tråd med moderne, individualiserte idealer. Det skal representere både trygg stabilitet og spennende forandring, familiær kjærlighet og individuell mestring. Det er ungt og voksent, morsomt og ordentlig, nytt og moderne og gammelt og ærverdig. Betraktet som et selvrealiserende prosjekt, legges det vekt på individualitet og unikhhet, på

ukonvensjonalitet og kreativitet, og samtidig langsiktighet og plan. Informantene arbeider hardt for å klare målet sitt, for å skape sin mening (Frønes og Brusdal, 2000). Det skal fremstå som ekte og unikt på en naturlig måte, og ikke som iscenesatt representasjon. Det skal handle om varme og personlighet og ikke om status og penger. En velkomponert blanding av nytt og gammelt synes å være en strategi (og en mote) som overskrider entydige kategorier. Dette innebærer likevel en avansert form for “kodemessig” balansekunst dersom det er viktig at det blir “riktig”, slik det er i dette utvalget.

Det blir hevdet at hjemmet har utviklet seg fra offentlig representasjon (av familiens status) til individuell presentasjon (av personlighet). Min analyse viser imidlertid at begge ideologier er tilstede i forestillingen om “det gode hjem”.

Måten informantene innreder og forvalter sine hjem på, fremtrer som et personlig identitetsprosjekt innen et sosialt repertoar. Forbruksstrategiene oppleves som personlige og særegne for den enkelte, men kommuniserer også identitet til andre. Dette skjer fordi informantene deler de strukturelle rammene for fortolkning av sine individuelle liv og materielle symboler. De handler strukturelt, men synes å være forpliktet til å forklare det individuelt. Dette er det tydeligste mønsteret i min analyse. Til tross for at det brukes milliarder på hjem i Norge, er hjemmet ideologisk sett noe som ikke kan kjøpes.

# Litteratur

Album, Dag (1996): *Nære fremmede. Pasientkulturen i sykehus*. Oslo: Tano.

Allan, Graham and Graham Crow (ed.) (1989): *Home and Family, Creating the domestic Sphere*, The Macmillian Press Ltd, England.

Altman, Irvin and Carol M. Werner (1985): "Home Environments" in *Human Behavior and Environment* volume 8, Plenum Press, New York, USA.

Appadurai, Arjun (1986): "Introduction: Commodities and the Politics of Value" i *The Social life of things*, Arjun Appadurai (ed.). Cambridge University Press.

Baudrillard, Jean (1996): *The System of Objects*. Translated by James Benedict. Verso, London, New York.

Bell, Daniel (1978): *The Cultural Contradictions of Capitalism*. Basic Books, New York.

Bergan, Gunvor Øverland og Trineline Dysthe (1994): *Hjemme i Norge, Tradisjon og Fornyelse*. J.W. Cappelens Forlag A.S.

Berger, Peter, Berger and Kellner (1974): *The Homeless Mind. Modernization and consciousness*. Vintage Books, New York.

Berger, Peter L. og Thomas Luckmann (1966): *Den samfundsskabte virkelighed*. Lindhardt og Ringhof. København.

Blindheim, Trond, Tor Ø. Jensen og Frode Nyeng (2000): *Forbrukeren. Helt, skurk eller offer*. Cappelen Akademisk forlag, Oslo.

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction; A social critique of the judgement of taste*. Routledge and Kegan Paul Ltd. London.

Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oversatt av Annick Prieur. Pax Forlag.

Bourdieu, Pierre (1996): *Symbolsk Makt*. Oversatt av Annick Prieur. Pax Forlag. Oslo.

Brusdal, Ragnhild (1994): *De Etablerte*, SIFO, Rapport nr. 5

Burr, Vivian (1995): *An Introduction to Social Constructionism*. Routledge, London.

Campbell, Colin (1987): *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Basil Blackwell. Oxford.

Corrigan, P. (1997): *The Sociology of Consumption: An introduction*. Sage Publications.

Crawford, Ilse (1997): *Sensual Home*. Quadrille Publishing Limited, London

Csikszentmihalyi, Mihaly & Eugene Rochberg-Halton (1981): *The meaning of things, Domestic symbols and the self*, Cambridge University Press, USA.



- Danielsen, Arild (1993): "Forskjellskapende forbruk - strategier og godtroenhet". I *Sosiologi i Dag* 2/1993.
- Dittmar, Helga (1992): *The Social Psychology of Material Possessions. To Have Is To Be*. Harvester Wheatsheaf, Hertfordshire UK.
- Dokk Holm, Erling og Siri Meyer (red.) (2001): *Varene tar makten*. Gyldendal Norsk Forlag.
- Douglas, Mary (1975): *Naturlige symboler*. København, Danmark.
- Douglas, Mary (1966): *Purity and Danger – An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*. Routledge and Kegan Paul
- Douglas, Mary & Baron Isherwood (1979): *The World of Goods*. Basic Books, New York, USA.
- Douglas, Mary (1996): *Thought Styles*, SAGE Publications Ltd., London, UK.
- Dovey, Kimberly (1985): "Home and Homelessness" in *Human Behavior and Environment* volume 8, Altman, Irvin and Carol M. Werner (eds). Plenum Press, New York, USA.
- Døving, Runar (2001): "Vaffelhjertets makt. Norske kvinners hushold" i *Varene tar makten*, Dokk Holm, Erling og Siri Meyer (red.). Gyldendal Norsk Forlag.
- Ehn, Billy og Orvar Löfgren (1990): *Kulturanalys*. Läspublikter AB, Halmstad.
- Featherstone, Mike (1991): *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.
- Finch, Janet (1987): "Family obligation and the live course". In *Rethinking the life cycle*. Bryman, A et.al. (ed.). London: Macmillian.
- Fog, Jette (1994): *Med samtalen som udgangspunkt. Det kvalitative forskningsinterview*. Akademisk Forlag, København.
- Frykman, Jonas and Orvar Löfgren (1987): *Culture Builders, A historical anthropology middleclass life*. Rutgers University Press, USA.
- Frønes, Ivar og Andreas Hompland (1985): *Kanskje kommer kongen*. Cappelens Forlag, Oslo.
- Frønes, Ivar (1986): "Generasjoner og Livsløp" i *Det Norske Samfunnet*. Alldén, Ramsøy og Vaa (red). Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.
- Frønes, Ivar (1989): *Den norske barndommen*. Cappelens Forlag.
- Frønes, Ivar (1990): "Kulturforståelse og kulturanalyse" i *Kulturanalyse*. Deichman-Sørensen, Trine (red.) Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.
- Frønes, Ivar (2001): *Handling, Kultur og Mening*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Frønes, Ivar og Ragnhild Brusdal (2000): *På sporet av den nye tid*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Gentry, Jim, S.M. Baker, and F.B. Kraft (1995): "The Role of Possessions in Creating, Maintaining, and Preserving One's Identity: Variation Over the Life Course". In *Advances in Consumer Research*, vol. 22, 1995.

- Giddens, Anthony (1996): *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzels Forlag, København, Danmark.
- Giuliani, Maria Vittoria (1987): "Naming the Rooms; Implications of a Change in the Home Model". In *Environment and behavior* volume 19, number 2. Giuliani, Maria Vittoria and M. Bonnes (ed), C.M. Werner (u.s. ed.). Sage Publications Inc.
- Goffman, Ervin (1992): *Vårt rollespill til daglig*, Pax Forlag.
- Grønmo, Sigmund (1988): "Compensatory Consumer Behaviour". I *The Sociology of Consumption – An Anthology*. Otnes, Per (red.). Solum, Oslo.
- Gullestad, Marianne (1984): *Kitchen-Table Society*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Gullestad, Marianne (1986): "Hverdagslivet som symbol". I: *Nytt norsk* nr. 4.
- Gullestad, Marianne (1989): *Kultur og Hverdagsliv*, Det blå bibliotek, Universitetsforlaget, Oslo.
- Habermas, Jürgen (1991): *Den borgerlige offentlighet*. Gyldendal Norsk Forlag.
- Halle, David (1993): *Inside Culture. Art and Class in the American Home*. The University of Chicago Press, USA.
- Hammersley, M. og P. Atkinson (1987): *Feltmetodikk. Grunnlaget for feltarbeid og feltforskning*. Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.
- Hareven, Tamara K. (1991): "The Home and the Family in Historical Perspective". In *Social Research*, Vol. 58, No. 1.
- Harper, Kerry (2002): *Ditt Hjem - En praktisk stilguide*, Notabene Forlag A/S, Oslo.
- Haveraaen, Morten (1993): *"By, bosted, lokalsamfunn, bolig: Fire stedsrettede arbeider hvor planlegging møter sosiologi"*, Doctor Scientiarum thesis 1993:19, Institutt for landskapsplanlegging, Norges landbrukshøgskole, Ås.
- Holter, Harriet og Ragnvald Kalleberg (red) (1996): *Kvalitative metoder i samfunnsforskningen*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Hunt, Pauline (1989): "Gender and the Construction of Home Life". In *Home and Family, Creating the domestic Sphere*. Allan, Graham and G. Crow (ed.). The Macmillian Press Ltd, England.
- Hvidberg, Ena (1984): "Vis mig hvordan du bor - og jeg skal sige dig, hvem du er". I: *Folk og Kultur, Årbog for Dansk Etnologi og Folkemindevidenskab*. Foreningen Danmarks Folkeminder, København.
- Inglehart, Ronald (1997): *Modernization and Postmodernization. Cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton University Press, New Jersey, USA.
- Jensen, Thor Øyvind (2000): "Den Politiske Forbruker" i *Forbrukeren, Helt, skurk eller offer*. Blindheim, Trond, Tor Øyvind Jensen og Frode Nyeng. Cappelen Akademisk Forlag.
- Kjølørød, Lise (1981): "Å bo som livsprosjekt". I: *Kontrast* 6/81.
- Klepp, Ingun Grimstad (2001): *Hvorfor går klær ut av bruk? Avhending sett i forhold til kvinners klesvaner*. Statens Institutt for Forbruksforskning (sifo), Rapport nr. 3. Lysaker.

- Kopytoff, Igor (1986): "The cultural biography of things: commoditization as process". In *The Social life of things*. Appadurai, Arjun (ed.). Cambridge University Press.
- Korosec-Serfaty, Perla (1985): "Experience and Use of the Dwelling" in *Human Behavior and Environment* volume 8. Altman, Irvin and C.M. Werner (ed.). Plenum Press, New York, USA.
- Kristiansen, Sverre (2005): *De nære ting. En etnologisk studie av unge hjem*. Masteroppgave i kulturhistorie, Institutt for kulturstudier og orientalske språk, Universitetet i Oslo.
- Kvale, Steinar (1997): *Det kvalitative forskningsintervju*, Ad Notam Gyldendal, Oslo.
- Lamont, Michèle (1992): *Money, Morals and Manners. The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. The University of Chicago Press, Ltd, London.
- Lilleaas, Ulla-Britt 2003: *Fra en kropp i ustand til kroppen i det moderne*. Dr. polit. dissertation. Rapport 2:2003, Department of Sociology and Human Geography, University of Oslo, Norway.
- Lundby, Geir (1998): *Historier og Terapi. Om narrativer, konstruksjonisme og nyskrivninger av historier*. Tano, Aschehoug.
- Löfgren, Orvar (1990): "Consuming Interests". In *Culture & History*, Akademisk Forlag, Copenhagen.
- Löfgren, Orvar (1990): "Tingen och tidsandan". I *Människor och föremål, Etnologer om materiell kultur*. Arvidsson, Alf m.fl. (red.). Carlssons, Stockholm.
- Löfgren, Orvar (1993): "Swedish Modern". I *Omgang med tingene. Ti essays om tingenes tilstand*. Christensen, Christa Lykke og C. Thau (red.). Aarhus Universitetsforlag, Danmark.
- Marcus, Clare Cooper (1995): *House As a Mirror of Self: exploring the deeper meaning of home*. Conari press, Berkley, California.
- McCracken, Grant (1988a): *Culture and Consumption*. Indiana University Press, USA.
- McCracken, Grant (1988b): "The long interview" in *Qualitative Research Methods*, Volume 13, Sage Publications, Inc., Newbury Park.
- Meyer, Siri (2001): "Kledd for demokrati". I *Varene tar makta*. Dokk Holm, Erling og Siri Meyer (red.). Gyldendal Norsk Forlag.
- Miller, Daniel (1987): *Material Culture and Mass Consumption*. Basil Blackwell, Oxford.
- Nørve, Siri (1983a) *Ta tingene alvorlig! Identitet og materiell i hverdagslivet*. Norges byggforskningsinstitutt (innlegg til konferanse 19-22.august)
- Nørve, Siri (1983b). "Det er så praktisk. Om funksjonelle begrunnelser i hverdagslivet". I *Sosiologi i dag* 4/1983.
- Nørve, Siri (1991) "The Home - Materialized Identity and Household Technology". In *Technology and Everyday Life; Trajectories and Transformations*. NAVF Report no. 5.
- Pallasmaa, Juhani (1995): "Identity, Intimacy and Domicile - Notes on the Phenomenology of Home". In *The Home: words, interpretations, meanings and environments*. Benjamin, David N. (ed.). Avebury, USA.

- Parry, Jonathan and Maurice Bloch (ed.) (1989): *Money and the morality of exchange*, Cambridge University Press.
- Patton, Michael Quinn (1990): *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills Sage, London.
- Reme, Eva (1994): "Hverdagsbilder – Selvbilder, om hjemmet som arena for estetisk praksis". I *Hverdag - festskrift til Brynjulf Alver*. Strømsvåg A. og T. Selberg (red.). Vett og Viten, Stabekk.
- Repstad, Pål (1993): *Mellom nærhet og distanse. Kvalitative metoder i samfunnsfag*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Richins, Marcha L. (1994): "Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions". In *Journal of Consumer Research*, Vol. 21, December 1994.
- Rolness, Kjetil (1995): *Med smak skal hjemmet bygges, Innredning av det moderne Norge*, Aschehougs forlag, Oslo.
- Rybczynski, Witold (1987): *Home, A Short History Of An Idea*. Penguin Books, USA.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (1987): *Consumer Behavior*, Prentice-Hall International Editions, USA.
- Sellerberg, Ann-Mari (1979): *Moden. Sociologiska analyser av dagens heminredning*. Sociologiska institutionen vid Lunds Universitet.
- Sennett, Richard (1978): *The Fall of Public Man*. Vintage Books. New York.
- Simmel, Georg (1990): "Storbyene og åndslivet" (fra 1902). I *Handling og Samfunn*. Østerberg, Dag (red.). Pax Forlag. Oslo.
- Skårderud, Finn (1991): *Sultekunstnerne, Kultur, kropp og kontroll*, Aschehougs forlag, Oslo.
- Skårderud, Finn (1998): *Uro. En reise i det moderne selvet*. Aschehougs forlag, Oslo.
- Solheim, Jorun (1998): *Den åpne kroppen. Om kjønnssymbolikk i moderne kultur*. Pax Forlag.
- Southerton, Dale (1998): *Consuming the kitchen: taste, meaning and identity*. Paper presented at the ESA Consumption workshop in Milano, Lancaster university, UK.
- Stang, Kaare (1999): "Moderne stilhistorie gjennom 100 år: Den norske stuen - hjemmets viktigste rom" i *Henne interiør* 3/99.
- Storvik, Aagot Elise (1992): "Kommunikasjon, distinksjon, nytelse og tilegnelse". I *Mellom nytte og nytelse. Perspektiver på forbruksteori og forskningspraksis*. Bakke, John W. og Marianne Lien (red.). SIFO Arb.rapp. nr. 9.
- Støa, Eli (1995): *Boliger og Kultur, Norske boligfelt på åtti-tallet sett i lys av beboernes boligidealer*. Dr.ing. avhandling ved Institutt for Byggekunst, Fakultet for Arkitektur, NTH, Trondheim.
- Sulkunen, Pekka (1992). *The European New Middle Class*. Avebury Aldershot. England.
- Wallendorf, Melanie and Eric J. Arnould (1988): "My Favorite Things: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage". In *Journal of Consumer Research*, Vol. 14.

Ziehe, Thomas (1989): *Kulturanalyser; ungdom, utbildning og modernitet*. Symposion Bokförlag, Stockholm.

Østerberg, Dag (1984): *Sosiologiens nøkkelbegreper*. Cappelen Forlag, Trondheim.

Østerberg, Dag (red.) (1990): *Handling og samfunn. Sosiologisk teori i utvalg*. Pax forlag A.S., Oslo.

Åkerman, Brita m.fl (1983): *Den Okända Vardagen. Om arbetet i hemmen*. Forlaget Akademilitteratur, Stockholm.

Aasen, Arne Paasche (1971): *Utvalgte dikt*. Tiden Norsk Forlag. Oslo.

## **Andre kilder**

Aftenposten 25/1-1996: "Boliger for folk flest. Drømmen om tre rom og kjøkken."

Aftenposten 8/7-1998: "Arkitektene er blitt unnnfallende". Intervju med kunsthistoriker og stipendiat Espen Johnsen. I serien Bolig: på 30 tallet og i dag.

Aftenposten 21/2-1999: "En nasjon av redebyggere".

Aftenposten 17/1-2000: "Interiør-boom i det norske hus".

Aftenposten 14/10-2000: "Kos for milliarder".

Aftenposten 6/11-2004

Aftenposten.no (nettavis) 18/5-2006

Bonytt nr. 1/1997

Bonytt nr. 3/1997

Dagbladet 8/9-1996: "Drømmen om egen bolig".

Dagbladet 9/3-1998: "Nordmenn elsker å vise frem velstanden. Pusser opp for 27 milliarder i år."

Dagbladet 16/3-1999

Dagbladet 25/8-2001

Dagbladet Søndag 13/2-2005

Din Økonomi 2/99

Elle Interiør nr. 6, 2001/2002

Henne Interiør nr. 3/99, ”Den norske stuen – hjemmets viktigste rom” i serien Moderne stilhistorie gjennom 100 år. Av Kaare Stang.

*Hjem, kjære hjem.* En liten sitatbok om hjem, Hermon Forlag (1999)

Hødnebo home brosjyre 2006. ”...hvis verden var en scene”.

Inspirasjon, farge og interiør (IFI magasin) 1999/2000

Interiørmagasinet 5/2001

Jotun brosjyre for Lady interiørmaling 1996 og 2000.

Kunnskapsforlagets Norske Synonymer (1984)

Markeds- og Mediainstituttet (MMI) (1996): Notat til Institutt for Farger og Interiør (IFI) angående resultater fremkommet ved Norsk Monitor (1995).

Norsk Ukeblad 42/1997, bilaget ”Trender og Ting”.

Romeriksen (avis) 18/5-2000. ”Pusser opp for milliarder”.

Tanums Store Rettskrivningsordbok (1989)

Noen opplysninger har jeg fått på mail fra Gunn Helen Øye i Prognosesenteret A.S, 2003 og 2006.

*Alle kilder i denne oppgaven er oppgitt.*

*Antall ord i oppgaven er 41.417.*

# Appendiks

## Appendiks 1. Oversiktstabell, informanter

OPPDIKTET NAVN	ALDER	ÅR UTDAN- NING UT- OVER VIDERE- GÅENDE	YRKES- TILKNYT- NING d=deltid	SIVIL- STATUS	BOLIG	ØKONO- MISK HAND- LINGS- FRIHET
Annika	34	2	Konsulent i priv.sektor (d)/selvst. næring	gift, 2 barn	enebolig ca. 200 m2	større
Kari	37	4	Konsulent i off.sektor (d)	gift, 2 barn	enebolig ca. 300 m2	større
Else	36	1	Selvst.næring (d)/hjemme- værende	gift, 2 barn	enebolig ca. 200 m2	begrenset
Janne	37	5,5	mellomleder helsesektor	enslig	leilighet ca. 60 m2	begrenset
Sissel	37	4	hjemme- værende	gift, 4 barn	enebolig ca. 250 m2	større
Nora	33	5,5	Mellomleder helsesektor	gift, 2 barn	leier enebolig ca. 130 m2	begrenset
Hanne	36	mer enn 6	Dr.stipendiat	gift, 3 barn	enebolig ca. 250 m2	større
Ylva	30	6	konsulent i priv.sektor (d)/selvst. næring	gift, 2 barn	enebolig ca. 400 m2	større
Line	33	2	hjemme- værende	gift, 2 barn	enebolig ca. 160 m2	begrenset
Kristiane	32	4	Selvst.næring	gift, 2 barn	småhus ca. 80 m2	begrenset
Mona	39	mer enn 6	Dr.stipendiat	gift, 2 barn	enebolig ca. 150 m2	større

## Appendiks 2. Informanter og spesielt verdsatte ting

Informant	Tingkategori	Ervervelse	Minner nevnt (x)	Estetikk nevnt (x)	Ny eller gammel
Annika	møbler	arv	x	x	gammel
Annika	bilder	arv	x	x	gammel
Annika	tepper	arv	x	x	gammel
Annika	bilder	kjøp		x	
Kari	møbler	kjøp		x	ny
Kari	møbler	gave		x	gammel
Kari	bilder	kjøp	x	x	
Else	møbler	arv	x	x	gammel
Else	møbler	arv	x	x	gammel
Else	møbler	gave	x	x	ny
Else	gjenstander	laget selv	x	x	
Janne	gjenstander	kjøp	x	x	
Janne	gjenstander	gave	x	x	
Janne	bilder	gave	x		
Sissel	møbler	arv	x		gammel
Sissel	møbler	arv	x		gammel
Sissel	møbler	arv	x		gammel
Sissel	møbler	arv	x	x	gammel
Sissel	lamper	kjøp	x	x	
Sissel	bilder	laget selv	x	x	
Sissel	møbler	arv	x		gammel
Sissel	bilder	kjøp	x	x	
Nora	bilder	gave	x	x	
Nora	gjenstander	kjøp		x	
Nora	møbler	kjøp	x	x	ny
Nora	lamper	gave	x	x	
Nora	bilder	gave	x		
Hanne	bilder	gave	x	x	
Hanne	bilder	gave	x	x	
Hanne	møbler	kjøp		x	gammel
Hanne	tepper	kjøp	x	x	
Ylva	møbler	kjøp	x	x	gammel
Ylva	bilder	gave	x	x	
Ylva	tekstiler	kjøp	x	x	
Ylva	stentøy	kjøp	x		
Ylva	møbler	arv	x	x	gammel
Ylva	lamper	kjøp		x	
Line	møbler	kjøp	x	x	ny
Line	møbler	arv	x	x	gammel
Line	bilder	laget selv	x	x	
Line	bilder	laget selv	x	x	
Kristiane	møbler	arv	x		gammel
Kristiane	møbler	kjøp	x	x	ny
Kristiane	bilder	gave	x	x	
Kristiane	møbler	kjøp		x	gammel
Mona	gjenstander	arv	x		
Mona	bilder	gave	x		
Mona	møbler	arv	x		gammel
Mona	glass	kjøp	x	x	



Summert					
11 intervjuede	<u>49 ting</u> hvorav: 21 møbler 15 bilder 5 gjenstander 1 tekstiler 1 stentøy 1 glass 3 lamper 2 tepper	Ervervelse: Arv: 15 Gave: 12 Laget selv: 4 Kjøpt: 18	Bare minner nevnt: 11  Minner og estetikk: 31	Bare estetikk nevnt: 7	16 gamle møbler 5 nye møbler (hvorav 4 i gammel stil)

## Appendiks 3. Intervjuguide

### Før intervjuet:

Presentasjon av meg og prosjektet  
Hvorfor skrive om hjeminnredning  
Hvem jeg intervjuer, om hva og om intervjuformen  
(samtalepreg, spørsmål som utgangspunkt for samtale, svarfrivillighet)  
Anonymitet, bruk av båndopptager, notering, sitater, bilder

### 1. BO- OG MILJØMESSIG KONTEKST

Selve boligen; hva slags, byggeår, boligareal, antall rom.

Kan du fortelle litt om når og hvordan det hadde seg at dere kjøpte/bygget denne boligen på dette stedet?

•Hvor bodde før, planer om å skifte/ikke skifte bolig - evt. når og hvorfor, hvordan beskrive miljøet rundt

### 2. ERFARING MED HJEMMEINNREDNING

(interesser og opplevelser knyttet til hjemmeinnredning)

Kan du fortelle litt om hva dere har gjort av oppussing og innredning siden dere flyttet inn?

- Hva var det siste som ble gjort. Når
- Tidkrevende og slitsomt? - opplevelsen av arbeidet?

Hva er det du legger vekt på når du lager et interiør?

- Hva er det du synes er mest spennende med interiør? (- minst)
- På hvilken måte påvirkes humøret ditt av hvordan du har det? Blir du noengang virkelig glad/deprimert ?
- Har denne interessen endret seg over tid? Annerledes før?

Kunne du tenke deg å overlate innredningsarbeidet til profesjonelle?

- Hvilken forskjell gjør dette?
- Hva gjør selv/overlater til andre.
- Noen i fam. med spesiell kompetanse på hjemmeinnredning?
- Hvor henter du ideene til hva du har lyst på og måter å gjøre ting på?
- Hvordan synes du det er å velge ut hva du vil ha?

Føler du at du får nok tid til å innrede hjemmet ditt?

- Vil du si at du bruker passe, mye eller lite tid på å innrede hjemmet ditt?
- Hva innebærer for deg (av fritiden)? I forhold til venner?

### 3. OM STUEN

Kan du fortelle meg litt om de tingene du setter særlig pris på her? (velg 2-3 ting)

(-er det mange ting du har et særlig forhold til?)

- Biografier/kommentarer: hva assosieres/gjør verdt å ha, hvor kommer fra, passer/ passer ikke - hvorfor.

Hva med interiøret ellers - kan du fortelle litt om bakgrunnen for denne innredningen - hvorfor dere har valgt det som er her nå?

(Hva forbinder med, alternativer vurdert, rekkefølgen, hvilke ting gjør rommet, bruk)

- Om farger
- Om sofagruppe/spisestue/andre møbler
- Om bilder/veggpyrd (kunst/dekorasjon)
- Om vegg/gulv
- Om gardiner
- Om lamper
- Om TV/stereo/video
- Om pyntegjenstander, duker, puter
- Om bøker - bokenes plassering
- Om planter/blomster

Hva synes du om stuen din?

- Når er du mest fornøyd med den? - minst?
- Føler du at dette rommet favner de ønsker du har til innredning av en stue?
- På hvilken måte føler du at stuen har ditt personlige preg?
- Hva har vært viktig å fremheve
- Hva har vært vanskelig å få til

Hvordan ønsker du at andre skal oppfatte hjemmet ditt?

(Hva håper skal se, hvilket inntrykk vil du ikke gi)

Når dere har innredet hjemmet, hvordan har det vært viktig at det ikke skulle bli?

- Hvilke ting kunne f.eks. aldri få plass i din stue
- Det er sikkert andre stuer du har vært i som ikke appellerer til deg. Hva er det da du ikke synes er så fint? (prøv evt. å se for deg en)
- Hva med de stuen du liker - hva preger dem? (noe typisk, beskriv f.eks. en)

Synes du at folks stuer/innredning kan fortelle deg noe om de som bor der?

- i din omgangskrets - hvordan oppfatter du det?

#### **4. INFORMANTENS VALG AV ANNET ROM**

Kanskje vi nå skulle snakke litt om et annet rom - har du et rom som er mer "ditt" mtp. interiør?

- hvilke forskjeller i orientering til innredning av dette rommet vs. stuen, hvilket rom nedlagt mest arbeide i, hvor trives best. hvordan brukes det iforhold til stuen, tingenes biografi.

#### **5. ØKONOMISK ASPEKT**

Føler du selv at dere bruker passe, for mye eller for lite penger på hjemmeinnredning?

- Skulle du ønske det var anderledes?
- Hva ville ha vært anderledes dersom bedre/dårligere råd?
- Viktigheten av pris, kvalitet osv. v.kjøp.
- Hvordan prioritere?

## **6. FAMILIE OG SAMARBEID.**

Kan du fortelle litt om hvordan du og partneren din samarbeider om innredning av hjemmet? Fortell evt. om siste innredningsprosjekt.

- Hvem gjør hva, initiativtaker, hvem er opptatt av hva, enighet om beslutninger?
- Opplevelsen av samarbeidet, settes det pris på din innsats?
- Hva ville ha vært anderledes hjemme hos deg dersom du bodde for deg selv?

## **7. NETTVERK**

Det er ofte slik at venner deler smak og derfor innreder hjemmene sine forholdsvis likt. På hvilken måte stemmer dette for deg og dine venner?

- likt/ulikt, typiske trekk, likheter/forskjeller i andre deler av livet.
- Hva slags reaksjoner/kommentarer forekommer når noen kommer hjem til dere?
- Hva betyr kommentarer (ros/ingen reaksjon)?
- Vurderer vi innredningen vår forskjellig etter hvem vi har på besøk Jmf. "feil antrekk".
- På hvilken måte diskuterer du og dine venner hjeminnredning?
- Interesse for interiør i miljøet? - i forhold til din egen?

## **8. Bakgrunn/Avrunding**

Før vi avrunder, håper jeg å få noen opplysninger om bakgrunnen deres.

- Informantens alder, utdannelse, yrke, arbeidstid (forv. endringer), Sivilstand
  - Parnerens alder, utdannelse og yrke (evt. arbeidstid)
  - Har dere barn? - barnas alder?
  - Hvordan opplever du deres økonomiske situasjon?
- (Vil du si at dere har Meget god råd, god råd, dårlig råd - hva vil du si?)

Da har vi kommet igjennom. Vi har snakket rundt temaer jeg tror kan hjelpe meg til å forstå hvordan du opplever dette med hjeminnredning. Er det noe du mener er viktig for deg og som vi ikke har snakket om?

## Appendiks 4. Følgeskriv i rekrutteringen

### SPILLER DET NOEN ROLLE HVOR SKAPET SKAL STÅ HJEMME HOS DEG?

**Har du et forhold til det å innrede hjemmet ditt? - At du bryr deg om f.eks. hvor skapet skal stå, og kanskje hvordan skapet skal være? Kunne du tenke deg å dele dine tanker og opplevelser omkring hjemmeinnredning med meg?**

Jeg arbeider med en hovedfagsoppgave i sosiologi, og i den forbindelse intervjuer jeg kvinner og menn om deres forhold til innredning generelt og eget interiør spesielt. Noen av disse bidrar med å finne flere velvillige, og det er derfor du har fått denne forespørselen; **Det ville være av stor hjelp om jeg også kunne få en samtale med deg!**

Intervjuet foregår hjemme hos deg og tar ca. 2 timer. Tidspunktet bestemmer du selv; dagtid, kveldstid eller helg. For sikkerhets skyld vil jeg gjøre det helt klart at jeg ikke skal vurdere hvordan du har det. Jeg er opptatt av hva hjemmeinnredning betyr for deg. Punktum. Opplysningene du gir behandles selvfølgelig konfidensielt.

Du lurer kanskje på hvorfor jeg forsker på hjemmeinnredning?

Mitt utgangspunktet er at hjemmet har en særstilling i Norge. Vi sørger for hjemmene våre på en annen måte og oppholder oss mer hjemme enn andre steder. Jeg lurer rett og slett på hvorfor det er sånn. Mitt prosjekt er et forsøk på å forstå hva det å innrede et hjem betyr for de som gjør det, og derigjennom kaste lys over den norske "hjemmebanen".

Send meg telefonnummeret ditt, og vi kan avtale en tid som passer for deg.

Med vennlig hilsen

Inger Kristin Nyholt

Hovedfagsstudent ved Institutt for Sosiologi, Universitetet i Oslo.

Tlf. p. 63810027.

**Klipp -----klipp**

**Det er klart det spiller noen rolle - jeg stiller opp!**

Jeg heter ..... og jeg kan nås på tlf.nr. ....

Evt. andre opplysninger: